

UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR
SEDE ECUADOR
AREA DE GESTION

PROGRAMA DE MAESTRIA
EN DIRECCION DE EMPRESAS

ANÁLISIS Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL CAPITAL SOCIAL COMO
MEDIO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR MICROEMPRESARIAL DE
MUSHUÑAN-CANTON RUMIÑAHUI.

VICENTE XAVIER SILVA CASTILLO

2012

QUITO-ECUADOR



Al presentar esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de magister en la Universidad Andina Simón Bolívar, autorizo al centro de información o a la biblioteca de la universidad para que haga con esta tesis un documento disponible para su lectura según las normas de la universidad.

Estoy de acuerdo en que se realice cualquier copia de esta tesis dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial.

Sin perjuicio de ejercer mi derecho de autor, autorizo a la Universidad Andina Simón Bolívar la publicación de esta tesis, o parte de ella, por una sola vez dentro de los treinta meses después de su aprobación.

Quito, 28 de septiembre de 2012

Ing. Vicente Xavier Silva Castillo

UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR
SEDE ECUADOR
AREA DE GESTION

PROGRAMA DE MAESTRIA
EN DIRECCION DE EMPRESAS

**ANÁLISIS Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL CAPITAL SOCIAL COMO
MEDIO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR MICROEMPRESARIAL DE
MUSHUÑAN-CANTON RUMIÑAHUI.**

VICENTE XAVIER SILVA CASTILLO

TUTOR: ING. ROBERTO HIDALGO FLOR

2012

QUITO-ECUADOR

RESUMEN

El desarrollo empresarial no puede ser visto solo con los ojos de la producción y la ganancia económica, debe contener observaciones de interacción social.

El análisis se enmarca en la composición, entorno, relacionamiento de las microempresas en Mushuñan barrio periférico de la ciudad de Sangolqui, Cantón Rumiñahui que contiene elementos rurales en su dinámica social con tradiciones válidas que generan valor en sustento de las nuevas necesidades que presenta una población en crecimiento.

Esta satisfacción para que sea sostenible en el tiempo debe alimentarse de nuevos conocimientos que pongan a su disposición competencias ajustadas a la globalización, pero que a su vez permitan manejar en forma adecuada su inevitable embate.

El capital social constituye la suma de las gestiones conjuntas de los actores de una circunscripción geográfica, las cuales en este caso observadas hacia la calidad, la productividad, el cuidado del medio ambiente en el marco del respeto a los mayores como repositorios de tradiciones y de experiencia social, puede formar un ambiente adecuado de sostenibilidad de las microempresas y generar mayor empleo y satisfacción de vida.

El individuo, las organizaciones que los agrupan, sus interacciones son una dinámica de cooperación, en la que partiendo de realidades preexistentes avanza en un proceso participativo que genera estructuras sólidas en el desempeño económico, y mantiene la tradición y el ambiente.

El presente trabajo analiza y conceptualiza las microempresas, realiza en base a esto un plan de mejoras dentro de los conceptos de capital social, competitividad y desarrollo local.

DEDICATORIA

A ALBA LILIANA, MARIA CRISTINA Y MARIA JOSE
LAS TRES MUJERES
QUE EN MI VIDA TIENEN UN ROL DETERMINANTE

CONTENIDO

INTRODUCCION.....	9
JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	12
LA PREGUNTA CENTRAL	12
OBJETIVOS	13
HIPÓTESIS	13
METODOLOGIA DE INVESTIGACION	13
INVESTIGACIÓN DE CAMPO	14
INSTRUMENTOS CONFECCIONADOS	14
1. CAPÍTULO I.....	17
1.1. CONCEPTOS Y VISIONES DENTRO DE LA TEMÁTICA PLANTEADA....	17
1.1.1. CAPITAL SOCIAL.....	17
1.1.2. COMPETITIVIDAD	20
1.1.3. DESARROLLO LOCAL	22
1.1.4. CAPITAL HUMANO Y CAPITAL SOCIAL	22
1.1.4. CONFIANZA	23
1.1.5. FACTORES DEL CAPITAL SOCIAL.....	24
2. CAPITULO II.....	27
2.1. DESARROLLO DEL ANALISIS	27
2.1.1. SITIO DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.1.2. GENERALIDADES HISTÓRICAS	32
2.2. CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA MIPYMES	33
2.3. RESULTADOS TABULADOS DE LA ENCUESTA DE CAMPO	37
3. CAPITULO III	50
3.1. PLAN DE MEJORAMIENTO	50
3.1.1. DETERMINACIONES RELEVANTES DEL ANALISIS E INVESTIGACION DE CAMPO PARA EL PLAN DE MEJORAS	51
3.1.2. EJES DEL PLAN DE MEJORAS.....	56
3.1.3. QUÉ ES EL PLAN DE MEJORAS	57
3.1.4. QUE BUSCA EL PLAN DE MEJORAS.....	57
3.1.5. DEFINICIÓN DE LA ACCIÓN GENERAL DE PLAN DE MEJORAS	58
3.1.6. ACTORES Y ACCIONES DEL PLAN DE MEJORA EN MUSHUÑAN	59
3.1.7. PARÁMETROS ESTRATEGICOS CONSIDERADOS EN LA GENERACION DEL PLAN DE MEJORAS	59

3.1.8. CRONOGRAMA JERARQUIZADO ACTIVIDADES PLAN DE MEJORAS MIPYME MUSHUÑAN.....	69
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍA	74
ANEXOS	77

Índice de Tablas

Tabla 1. Aspectos relevados en el estudio de campo	15
Tabla 2. Factores del capital social	24
Tabla 3. Población cantonal Provincia de Pichincha	27
Tabla 4. Población Ciudad de Sangolquí	27
Tabla 5. Servicios Básicos Sangolquí	28
Tabla 6. Datos de ocupación Sangolquí.....	28
Tabla 7. Caracterización general de la microempresa	34
Tabla 8. PyME Mushuñan	35

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Ficha de levantamiento de información en campo	16
Ilustración 2. Ubicación geográfica Barrio Mushuñan	29
Ilustración 3. Género Microempresarios.....	37
Ilustración 4. Nacionalidad de los Microempresarios	38
Ilustración 5. Nivel de educación Microempresarios	38
Ilustración 6. Tipo de Microempresa	39
Ilustración 7. Microempresas con sistema contable	40
Ilustración 8. Servicios básicos Microempresas	41
Ilustración 9. Antigüedad Microempresarios.....	42
Ilustración 10. Origen del capital	43
Ilustración 11. Tipo de apoyo que busca el microempresario	44
Ilustración 12. La microempresa en 5 años.....	45
Ilustración 13. Grupos representativos de Mushuñan	46
Ilustración 14. Participación en grupos de trabajo conjunto en Mushuñan.....	47
Ilustración 15. Actividad económica más importante.....	48
Ilustración 16. Esquema de mejora en Mushuñan	51
Ilustración 17. Actores del plan de mejora	53
Ilustración 18. Circulo de mejoramiento	58
Ilustración 19. Actores y acciones del Plan de Mejora	59

INTRODUCCION

El desarrollo de este análisis permitirá responder a las siguientes preguntas ¿Se puede mejorar el desempeño de las microempresas con el accionar del capital social? , ¿La caracterización de las microempresas y la identificación de espacios de relacionamiento en Mushuñan hacen posible definir un plan de mejoramiento?

Para configurar el objeto de investigación se extrajo información de fuentes secundarias Superintendencia de Compañías del Ecuador, entidades municipales del Valle de los Chillos, considerando estudios y teorías referidas al Capital Social, la Competitividad y el Desarrollo Local.

Así mismo se realizó investigación en fuentes primarias a través del método de observación en campo, aplicación de entrevistas semiestructuradas a actores relevantes determinados en la observación previa, obteniendo información cualitativa respecto del accionar del sector microempresarial de Mushuñan, para luego levantar información de caracterización de estos actores y determinar espacios de relacionamiento.

La consideración de las fuentes secundarias es necesaria nos permite percibir que la construcción del desarrollo es un esfuerzo en conjunto de los habitantes de una circunscripción geográfica y que el desarrollo no se importa simplemente para disfrutarlo, se lo trabaja día a día, percepción que la comprobamos en el análisis.

Construir el desarrollo dentro de un mundo globalizado debe considerar también la competitividad, a fin de que el desarrollo que se empuja tenga bases suficientes para mantenerse dentro de las interrelaciones que la globalización

genera¹, estas hoy en día contienen en forma importante el respeto al medioambiente.

La competitividad generalmente se conceptúa en el sector de empresas como la capacidad de dar una mayor satisfacción al menor precio.

Se relaciona con el manejo de costos y procesos de calidad², en la maximización de utilidades, generación de mayores excedentes o valor agregado aprovechando de manera adecuada las ventajas comparativas poseídas.³

La investigación toma el concepto de capital social encauzado en este caso a la gestión de microempresas, desde este concepto visualiza el aporte posible al desarrollo del sector, considerando las capacidades encontradas y las interacciones visualizadas en la investigación de campo entre actores del sector microempresarial en Mushuñan, sobre esa base se establece un plan de mejora.

La inquietud de mejora del Barrio Mushuñan se da al conocer en forma personal la zona⁴ y observar que sus ventajas comparativas no se aprovechan suficientemente para el desarrollo común.

Fundamentalmente se maneja el concepto de que los territorios tienen sus propias dinámicas generadas entre otros aspectos por los antecedentes de

¹ Sharon M. Oster *La Competencia en los mercados globales*, Libro el Análisis Moderno de la competitividad; Editorial Oxford Universitypress México. Sa. 2000. **La competencia en los mercados globales** **El alcance de la competencia global** Es evidente para cualquiera, incluso en el curso de las compras de bienes y servicios que por lo común consumimos en una semana determinada, que la economía se ha vuelto más integrada en las últimas décadas. Difícilmente hay un país en todo el mundo en donde no se pueda comprar una bebida no alcohólica estadounidense o una cerveza alemana. Entre 1980 y 1990 se forjaron más de 500 alianzas estratégicas, tan sólo entre compañías estadounidenses y japonesas. Estas empresas colectivas existen en industrias tan diferentes como la del acero, los semiconductores, las computadoras y los productos farmacéuticos. **Presiones para la globalización.** Hay dos razones importantes por las que surgen las industrias globales: la ventaja comparativa y la existencia de las economías de escala. Estos principios ayudan a explicar no sólo por qué vemos industrias que se agrupan en ciertas áreas y sirven a diversos mercados, sino también la ubicación de esas agrupaciones. La formulación usual de la teoría es que, como resultado de las dotaciones naturales, algunas áreas son relativamente más eficientes en la producción de ciertos bienes, mientras que otras sobresalen en la producción de otros bienes. En estas circunstancias, será de beneficio mutuo para los países especializarse a lo largo de las líneas de su ventaja comparativa y después comercializar.

² Organización Internacional para la Estandarización (ISO), Norma ISO 9004:200

³ Hugo Chavarría, *Competitividad cadenas agroalimentarias y territorios rurales: Elementos conceptuales*, San José, C.R. : IICA, 2002 pag.14.

⁴ Como docente en la zona he visto que se encuentra en un sector lleno de atractivos turísticos, con buenas vías de comunicación.

conformación de los grupos humanos que los habitan a través del tiempo, y que estas dinámicas al ser reconocidas se vuelven visibles emergiendo para mejorarlas en forma consensuada con y por los actores identificados plenamente.

En el capítulo I se realiza el estudio de conceptos y visiones dentro de la temática planteada, emitidos por investigadores como James Coleman, Robert Putnam, Francis Fukuyama, Pierre Bourdieu, respecto del capital social, así mismo se considera la competitividad con Michael Porter⁵ y el desarrollo local ILPES, CEPAL.

En el capítulo II se hace un análisis de la conformación de la microempresa y los actores relacionados en Mushuñan, caracterizándoles de acuerdo a su enfoque de trabajo.

En el capítulo III se plantea sobre la base del análisis, marco conceptual, caracterización y determinación de espacios de relacionamiento, un plan de mejoras, con el propósito de responder en términos prácticos a las preguntas planteadas.

⁵ Michael Porter. *Estrategia competitiva*. Editorial CECSA, Mexico. 1997.

JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

La relevancia temática de las microempresas en el desarrollo de la actividad económica en el Ecuador hace necesario analizar su configuración dentro del concepto de capital social como factor de que su acción permita una performance sostenible en el tiempo.

Analizar esto genera discusión del cómo se está ejerciendo la libertad de emprendimiento, si este ejercer es sustentado, si este ejercer es efectivo en el desarrollo del área en donde se ubica y si este ejercer está logrando una mejor situación.

Lo que hilvana nuevas visiones pragmáticas desde la academia, concernientes al crecimiento productivo en beneficio de la sociedad en general.

En el barrio Mushuñan no se ha caracterizado adecuadamente las microempresas ni instituciones que lo conforman.

No se visualiza organizaciones ni espacios en los que se actúe en forma conjunta en búsqueda de mejoras en la productividad de sus recursos para alcanzar un mejor desarrollo, especialmente de los pequeños emprendimientos.

Con esta investigación se caracteriza a los sujetos sociales alrededor de la microempresa en Mushuñan, se determina la existencia o no de espacios de relacionamiento y se elabora una propuesta de mejoramiento.

LA PREGUNTA CENTRAL

¿Cuántos y cuáles son los actores que conforman el capital social microempresarial del Barrio Mushuñan, que características y flujos de relacionamiento pueden apoyar la potenciación de las microempresas del sector?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar el sector microempresarial caracterizarlo e identificar otros actores del capital social del Barrio Mushuñan como base para plantear mejoras en su relacionamiento, para potenciar la productividad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Delimitar el barrio mediante la contrastación de información de moradores e instituciones municipales.
- Identificar las microempresas y otras instituciones que conformen el capital social del área geografía delimitada.
- Caracterizarlas y ordenarlas de acuerdo a sus similitudes y generar un plan de mejora a través de su relacionamiento.

HIPÓTESIS

La identificación y caracterización adecuada de las microempresas e instituciones relacionadas que conforman el capital social de Mushuñan, genera insumos de sus capacidades así como de sus necesidades para potenciar el sector mediante un plan de mejora.

METODOLOGIA DE INVESTIGACION

Se realizó investigación previa mediante observación participante, determinándose actores relevantes del barrio Mushuñan a los cuales se efectuó entrevistas semiestructuradas con preguntas básicas de guía que permitieron obtener información respecto de las relaciones comunitarias, los antecedentes históricos, límites del barrio, principales actividades y microempresas que

funcionan en el barrio, fuentes de empleo, tradiciones y personajes representativos.⁶

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Con este bagaje se diseña un módulo de campo con elaboración de instrumentos, para obtener la caracterización a cuantificar con información primaria de los entes que conforman el sector de Mushuñan.

Se analiza la información y se determinan elementos para construir un plan de mejoras enfocado a elevar la productividad de los pequeños emprendimientos.

INSTRUMENTOS CONFECCIONADOS

- Ficha de levantamiento de datos para caracterización.
- Formato de entrevistas.
- Detalle de muestra de actores representativos a entrevistar.

⁶ Presidente del Barrio, Párroco, Gerente de Condorvall, Propietario restaurante el Pailón, Adulto mayor representativo, Sr. Saturnino Topón.

ASPECTOS RELEVADOS EN EL ESTUDIO DE CAMPO
Tipo de emprendimiento
Identificación del microempresario
Ubicación
Origen del capital de inversión
Tiempo de funcionamiento
Herramientas contables y tecnológicas con las que cuenta
Edad del propietario
Servicios básicos con los que cuenta
Número de empleados
Días y horario de trabajo
Nivel de educación del propietario
Productos
Servicios
Redes sociales en las que participa
Estructura de apoyo social
Participación comunitaria

Tabla 1. Aspectos relevados en el estudio de campo

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

INVESTIGADOR Ing. V.Xavier Silva Castillo Telefono 095882651 Correo electrónico: vsxc1@yahoo.com.ar	Información estudio Capital Social MUSHUÑAN
Fecha de llenado de la ficha: <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> </div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> </div> <div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 20px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: flex-end; gap: 10px; font-size: small;"> DÍA MES AÑO </div>	
Por favor, llenar con letra imprenta, clara y en cada uno de los casilleros indicados. Marque con una cruz dentro del casillero cuando corresponda. Las preguntas marcadas con un asterisco (*) son de respuesta obligatoria.	
<i>Importante : explique con claridad la antigüedad que tiene en esta actividad.</i>	
USO DE LA INFORMACIÓN: De la información entregada en esta ficha, servirá para el estudio del capital social en el Barrio Mushuñan, y el diseño de un plan de mejoramiento del mismo en procura de elevar el empleo en los	
I. IDENTIFICACION DEL MICROEMPRESARIO	
1. Apellidos y Nombres (*): <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-top: 5px;"></div>	
2. CI (*): <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-top: 5px;"></div>	
3. Año de nacimiento (*): <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-top: 5px;"></div>	
4. Genero (1.F <input type="checkbox"/> 2.M <input type="checkbox"/>	
5. Nacionalidad (*) Ecuatoriana <input type="checkbox"/> Otra <input type="checkbox"/>	
6. Nivel de Educacion(*) Prim. <input type="checkbox"/> Sec. <input type="checkbox"/> Sup. <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	
7- Tiempo de residencia en el Barrio Mushuñan:	
II. IDENTIFICACION DE LA MICROEMPRESA	
1. Nombre de la microempresa (*): <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-top: 5px;"></div>	
2. Calle, Num. Intersección (*): <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-top: 5px;"></div>	
3. Cuantos años tiene su empresa (*): <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-top: 5px;"></div>	
4. Tipo (*): Comercial <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/> Artesano calificado <input type="checkbox"/>	
5. E mail: 6. Teléfono	
7. Maneja sistema contable o administrativo (*): SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> CUAL <input type="checkbox"/>	
8. Esta conforme con el sistema que utiliza (*): SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Explique <input type="checkbox"/>	
9. Empleados 10. Hombres Mujeres	
11. RUC si es empresa Rise No tiene <input type="checkbox"/>	
12. Dias que labora L M M J V S D Horario de a	
13. Servicios básicos que cuenta: Energia <input type="checkbox"/> Agua Potable <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Otros describa <input type="checkbox"/>	
14. Actividad microempresarial Única <input type="checkbox"/> Principal <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/>	
15. Le gustaria realizar otra actividad: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> CUAL <input type="checkbox"/>	
16. De donde provino su capital: Préstamo <input type="checkbox"/> Ahorros <input type="checkbox"/> Familia <input type="checkbox"/>	
17. Su empresa es? Sociedad con terceros <input type="checkbox"/> Unipersonal <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/>	
III. Información entorno:	
1. Que tradiciones conoce que se mantienen en Mushuñan 2. Que actividades o proyectos se realizan para la mejora del Barrio 3. Cuantas veces al año participa en reuniones comunitarias 4. Qué necesidades tiene el barrio 5. Qué colaboración tienen en su actividad por parte del barrio. 6. Le gustaria tener apoyo del barrio. 7. Le gustaria tener apoyo de otras instituciones. Cuales. 8. Que tipo de apoyo buscaría. 9. Como piensa usted que podría darse ese apoyo. 10. Cuáles son los grupos representativos y/o comunitarios de Mushuñan 11. Que grupos de trabajo conjunto se requiere en el Barrio 12. Le gustaria participar en ellos 13. Qué actividad económica es la más importante en el barrio 14. Como ve su microempresa en 5 años	
V. Describa 5 de los productos o servicios principales de la microempresa	
1. 2. 3.	
VI Observaciones	

Ilustración 1. Ficha de levantamiento de información en campo

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

1. CAPÍTULO I

1.1. CONCEPTOS Y VISIONES DENTRO DE LA TEMÁTICA PLANTEADA

1.1.1. CAPITAL SOCIAL

El abordaje y análisis de que significa capital social nos presenta el concepto de que es un “Conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, las comunidades y la sociedad en su conjunto”.⁷

Si bien este concepto es percibido dentro de la sociedad desde siglos pasados, es en 1916, que se registra un claro pronunciamiento con Lida Judson Hanifan en el documento “The Community Center”.

La teoría del capital social es puesta de manifiesto con mayor énfasis por el sociólogo francés Pierre Bourdieu, en 1980 en el “*Le capital social: notes provisoires*”.

Posteriormente en el año 1988, se conoce el documento denominado “*Social capital in the creation of human capital*” del investigador James Coleman.

Otro importante autor en el tema es Robert Putnam, que en el año de 1993, publica un documento denominado “*Making Democracy Work*”.

El científico social francés Pierre Bourdieu en varios de su libros expone su criterio respecto de la construcción del capital social, este se visualiza en una de sus citas: “*Construir un espacio social, esa realidad invisible que no se puede*

⁷CEPAL: *Capital social y pobreza*, Documento preparado para la Conferencia Regional sobre Capital Social y Pobreza, Santiago de Chile, 24-26 de septiembre del 2001, p. 1

*mostrar ni tocar con los dedos y que organiza las prácticas y las representaciones de los agentes”.*⁸

James Coleman: lo ve como recursos en forma estructural y se enfoca observando niveles, así el capital social presenta las siguientes manifestaciones⁹.

- Se manifiesta tanto en el individuo como en la colectividad.
- A nivel individual se manifiesta con los grados de integración social, redes a las que pertenece, expectativas de reciprocidad.
- A nivel de colectividad forma jerarquías legítimas que establecen normas que efectivamente regulan las relaciones de acuerdo a un sentido de justicia.

Estos niveles consideran Obligaciones y Expectativas – Canales de información – Normas Sociales.

Robert Putnam, lo analiza dentro del funcionamiento de redes, con las siguientes consideraciones:¹⁰

- Asociaciones horizontales de involucramiento cívico que se asocian a la productividad de una comunidad.
- Facilita la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo de los miembros de una comunidad.
- Se manifiesta en:
 - Altos niveles de confianza.
 - Actitudes positivas de comportamiento cívico.

⁸ Pierre Bourdieu, *El sentido práctico*. Madrid, ES. Taurus, 1991

⁹ Coleman James. *Análisis sociológico y política social*, p.35

¹⁰Robert D. Putnam, *Making Democracy Work. Civic Tradition in Modern Italy* , p.68

En una de sus notas sobre el capital social Putnam nos dice “En suma, el compromiso cívico y las normas de estas regiones produjeron un incremento sustancial de los niveles de vida y del desempeño del gobierno.”¹¹

Otros autores como Mancur Olson y Douglas North en su análisis del funcionamiento de las instituciones relacionadas al capital social, consideran las relaciones sociales basadas en normas y que usualmente se manifiestan en el funcionamiento eficiente y legítimo de las instituciones.

- Las políticas públicas se formulan y se operan desde instituciones.
- La gobernabilidad del sistema social depende del capital social de sus instituciones.

Se puede observar a partir de estos antecedentes que existen características comunes en los niveles de capital social:

- Establecen vínculos entre el sector social, económico y político con la cultura de las áreas geográficas en donde actúan estos sectores.
- Perciben que la interacción relacional entre los sectores influyen en la gestión económica y sus resultados, así como el manejo político de los estados.
- El capital social se puede fortalecer, pero también debilitar, usarlo lo fortalece.
- Se enfocan a relaciones confiables y estables que permiten mejorar la eficiencia, efectividad y sostenibilidad de la acción de los individuos y de las colectividades.

¹¹ Robert D. Putnam, *Making Democracy Work. Civic Tradition in Modern Italy*, trad. En verso castellano Patricio Donoso Cordes 2000 pag.59.

Estos planteamientos de los diversos autores y su enfoque se miden efectivamente como producto de la acción del capital social en los hogares a nivel comunitario por Deepa Narayan cuyos resultados se publican en el documento “Cents and sociability: Household Income and Social Capital in Rural Tanzania”

Este estudio demostró que una desviación *estándar* en el aumento del capital social comunitario incrementa el ingreso de los hogares (por persona) entre un 20 y un 30 %.

En el estudio se lo compara con el impacto de la educación (tres años adicionales de educación formal) incrementa el ingreso de los hogares solo un 4.8%.

Así vista la efectividad de los conceptos incluidos competitividad y desarrollo local, los relacionamos con la caracterización de los emprendimientos microempresariales y sus interacciones.

1.1.2. COMPETITIVIDAD

La definición de **Competitividad** dice que es “la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.”

“La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.”¹²

¹²Jon Azua. *Alianza Competitiva para la Nueva Economía*. Ed. Mc Graw Hill 2007

Un emprendimiento será competitivo efectivamente, si puede generar buena rentabilidad, al utilizar procesos o técnicas de producción mejores en eficiencia que sus pares en el mercado, obteniendo más cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.

“El ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado, buscando ser los seleccionados”.¹³

Es diferenciarnos por nuestra calidad, por nuestras habilidades, por nuestras cualidades, por la capacidad que tengamos de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a nuestros clientes, sean internos o externos, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduciría en un generador de riquezas.¹⁴

Se puede mejorar la competitividad desde dos posiciones:

Desde lo **interno**: Con acciones que se realizan por el propio emprendimiento, así mejora de procesos de producción, maquinaria actualizada, innovación de productos y servicios en base a los requerimientos evolucionados de los clientes.

Desde lo **externo**: Con acciones que realizan los proveedores, de materias primas, equipos, técnicas de proceso de la materia prima, logística de provisión de insumos, entre otros.

La competitividad es la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, o sea con producción al menor costo posible.

¹³ Michael Porter. *Estrategia competitiva*. Editorial CECSA, Mexico.1997.

¹⁴ Michael Porter. *Estrategia competitiva*. Editorial CECSA, Mexico.1997.

Se presenta baja en la competitividad, cuando en el área considerada existen tasas, impuestos, costos en general que afectan el costo de producción, sin mejorar el producto o servicio que se entrega.

La medición, análisis y posterior mejoramiento de la competitividad, como hemos visto puede ser realizado a todo nivel: personal, empresarial, sectorial y nacional.

Para el caso de esta investigación está enfocado al ámbito sectorial, específicamente hacia el sector de la Pyme, localizado en la provincia de Pichincha barrio de Mushuñan.

1.1.3. DESARROLLO LOCAL

Desarrollo local es el proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos existentes en una determinada zona es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local.”¹⁵

1.1.4. CAPITAL HUMANO Y CAPITAL SOCIAL

Las conceptualizaciones de diversos tipos de capital, nos dicen que el capital humano es la educación formal e informal, salud, las habilidades personales e interpersonales, este capital reside en las personas en cambio el resultado del accionar de este capital humano en redes u organizaciones creadas por ellos conforma el capital social.

¹⁵ ILPES, CEPAL , *Manual de Desarrollo Local*, 1998, pag.12

Robert Putnam dice que: “Como capital social entendemos ciertas características de la organización social como confianza, normas y redes, que puede mejorar la eficiencia de la sociedad facilitando la coordinación de acciones.”¹⁶

Por lo que relacionados estos dos conceptos anteriores se deriva que el capital social es el resultado del uso del capital humano, es decir que mediante las relaciones de los seres humanos en redes u organizaciones creadas por ellos se conforma el capital social.

Se debe puntualizar que el capital social puede ser reproductivo como otras formas de capital, haciendo posible conseguir metas de incremento en los ingresos, que no se obtendrían sin su concurso.

1.1.4. CONFIANZA

La confianza es parte importante del capital social, así si existe confianza mutua entre las personas que tienen que trabajar juntas, disminuirá el costo operativo, más si este trabajo se basa en un conjunto de normas coercitivas, (hay diferentes tipos de marcos legales en los países, en unos más coercitivos, en otros simplemente son enunciados que dejan libertad de acción) para seguir procedimientos o comportamientos específicos , presenta un costo de transacción, debido a que el diseño, emisión manejo y control de ese marco coercitivo.

Este marco legal general y particular tiene un costo que impacta en el costo operativo de una empresa, ya sea en forma de tasas, impuestos, obligaciones patronales, normas de producción, normas de relacionamiento.

¹⁶ Robert D. Putnam *Making Democracy Work. Civic Tradition in Modern Italy*, traducido al castellano por Patricio Donoso, Cordes 2000 pág. 59.

Pierre Bourdieu revela que “construir o mejorar el espacio social, organizando las prácticas y las representaciones de los agentes, incrementaría el beneficio de las microempresas”¹⁷.

Esta construcción no debe ser selectiva o excluyente, pues se generaría un capital social negativo, según Alejandro Portes.¹⁸

1.1.5. FACTORES DEL CAPITAL SOCIAL

AUTORES	FACTORES DEL CAPITAL SOCIAL
Robert Putnam	Confianza, normas, redes, coordinación de acciones, es esencialmente productivo, comunidad cívica, desempeño institucional y satisfacción de los ciudadanos ¹⁹
Pierre Bourdieu	Confianza, redes. ²⁰
James Coleman	Redes, confianza, reciprocidad, normas. ²¹
Woolcock y Narayan	Comunitario, redes, instituciones y sinergia ²²

Tabla 2. Factores del capital social

Elaboración por: Ing. Xavier Silva

La teoría del capital social plantea que la totalidad de los recursos potenciales y actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuos²³, esta teoría también enmarca y con claridad a la asociatividad, así mismo en un sentido

¹⁷ Pierre Bourdieu, *Las ciencias del Oficio Espacio social y espacio simbólico*, pág. 34

¹⁸ Portes, A. *Social Capital: its origins and applications in modern sociology*. 2008 1 5-18.

¹⁹ Robert D. Putnam *Making Democracy Work. Civic Tradition in Modern Italy*, traducido al castellano por Patricio Donoso, Cordes 2000-

²⁰ Bourdieu, *Le capital social, Actes de la recherche en science sociales*, no.31 1985

²¹ Coleman James. *Análisis sociológico y política social*, Buenos Aires, AR: Amorrortu, 2001.

²² Narayan Deepa - Wolcook Michael, *Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre el desarrollo*,

²³ Pierre Bourdieu, *Le capital social, Actes de la recherche en science sociales*, no.31 1985, pag. 5.

positivo ²⁴, esta teoría indica que el accionar del capital social puede impulsar el aumento del conocimiento, el mismo que al ser organizado y usado dentro de los procesos agregadores de valor de los pequeños emprendimiento, acrecienta la rentabilidad.

Se basa en la colaboración, en la generación de confianza, así la mejora de la calidad de vida se logra con la aportación de todos los actores de una circunscripción geográfica, su asociatividad forja condiciones competitivas, da más fácil acceso a su desarrollo y hace posible el valor agregado y gestiona la innovación.

En la actualidad las empresas buscan la creación de valor en base a la necesidad del cliente, sea externo o interno. Esta creación es potente cuando el trabajo es integrado y se lo realiza en forma proactiva.

La determinación del costo unitario de los productos y servicios, así como *"la relación volumen utilidad"*²⁵ de acuerdo al nivel de producción, en microempresas es fundamental, para poder planificar tanto el incremento en ventas como el ahorro y posterior reinversión y crecimiento, esto se posibilita al aumentar el capital social en forma de relación con la educación, así como en relaciones que impulsen la promoción de la producción hacia el exterior de la locación analizada.

*"Construir o mejorar el espacio social, organizando las prácticas y las representaciones de los agentes"*²⁶, incrementaría el beneficio de las microempresas.

Esta construcción no debe ser selectiva o excluyente, pues se generaría un capital social negativo.

²⁴ Francis Fukuyama, *Trust*, Editorial Atlantida. Arg.1996, pag.5.

²⁵ Fabián Raza Dávila, *nota docente, área de Gestión*, Universidad pag.5

²⁶ Pierre Bourdieu, *Capital cultural, escuela y espacio social*, pag, 34.

Una estrategia participativa de apoyo a las mipyme a través de involucrar a los actores del entorno social en el que se desenvuelven, constituye un movimiento positivo del capital social.

Las microempresas son en la mayoría de países, generadoras de una buena parte del empleo, esto debe ser una constante en el Barrio periférico de Mushuñan, Sangolqui, Cantón Rumiñahui.

La identificación mediante investigación en campo de los pequeños emprendimientos y los entes que pueden influenciar en su accionar, como las instituciones educativas que tienen conocimiento técnico que relacionándolo especialmente al sector productor microempresarial, detonan su gestión hacia la mejora de la productividad, el crecimiento de la rentabilidad y el aumento del empleo.

Se identifican mecanismos para que esta relación se implemente en un ambiente de cooperación transparente que genere una concordancia en el desarrollo tanto de las microempresas como en el crecimiento de los entes que los influncian.

2. CAPITULO II

2.1. DESARROLLO DEL ANALISIS

En este capítulo se realiza el análisis y la investigación de campo en el barrio de Mushuñan, sobre la conformación de la microempresa y los actores relacionados caracterizándoles de acuerdo a su enfoque de trabajo.

El sitio de investigación se ubica en el cantón Rumiñahui provincia del Pichincha, al sur occidente del Distrito Metropolitano de Quito, Capital política del Ecuador.

POBLACIÓN CANTONAL PROVINCIA DE PICHINCHA	
Cantón	Habitantes
Cantón Quito	2'239.191
Cantón Rumiñahui	85.852
Cantón Cayambe	85.795
Cantón Mejía	81.335
Cantón Pedro Moncayo	33.172
Cantón P.V.Maldonado	12.924
Cantón Puerto Quito	20.445
Cantón S. M. de los Bancos	17.573

Tabla 3. Población cantonal Provincia de Pichincha

Fuente SIISE 2012

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

La población de la ciudad de Sangolquí únicamente, está constituida de acuerdo al siguiente detalle:

Población Ciudad de Sangolquí		
Hombres	39562	48,76%
Mujeres	41568	51,23%
Total	81.140	100%

Tabla 4. Población Ciudad de Sangolquí

Fuente SIISE 2012, Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Servicios básicos en Sangolquí:

Servicios básicos Ciudad de Sangolquí	
Red Eléctrica	99,50%
Red de Agua Potable	95,40%
Servicio de telefonía Fija	65,50%
Acceso sistemas de saneamiento	77,10%

Tabla 5. Servicios Básicos Sangolquí

Fuente SIISE 2012

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Datos ocupacionales en Sangolquí:

DATOS DE OCUPACIÓN CIUDAD DE SANGOLQUI	
Población económicamente activa PEA	49,70%
GRUPO DE OCUPACIÓN	
Directores y gerentes	5,48%
Profesionales científicos e intelectuales	14,16%
Técnicos y profesionales del nivel medio	6,82%
Personal de apoyo administrativo	9,14%
Trabajadores de los servicios y vendedores	19,50%
Agricultores y trabajadores calificados	2,03%
Oficiales, operarios y artesanos	14,04%
Operadores de instalaciones y maquinarias	8,15%
Ocupaciones elementales	12,08%
Ocupaciones militares	0,77%
No declarado	5,11%
Trabajador Nuevo	2,74%

Tabla 6. Datos de ocupación Sangolquí

Fuente SIISE 2012

Elaborado por: Ing. Xavier Silva



Ilustración 2. Ubicación geográfica Barrio Mushuñan

Fuente: Google maps. Elaborado por: Ing. Xavier Silva

2.1.1. SITIO DE LA INVESTIGACIÓN

Sangolquí es la ciudad cabecera cantonal del cantón Rumiñahui, en esta se encuentra el barrio periférico de Mushuñan, cuyo ingreso es a dos kilómetros al suroriente del emblemático monumento al Maíz²⁷.

El ingreso es por una calle pavimentada estrecha y sinuosa flanqueada por casas de adobe de uno y dos pisos, que a medida que se avanza van espaciándose; a unos mil metros del ingreso se encuentra la denominada piedra grande con características similares a las piedras arrojadas en erupción por el volcán Cotopaxi, luego van apareciendo en panorama amplio casas ubicadas especialmente a la izquierda luego una pequeña iglesia católica, junto a la cual se encuentra la escuelita pública del barrio, de nombre Inés Gangotena, anexo a ella funciona el dispensario médico que otorga el servicio de medicina gratuita básica²⁸, impulsado entre otros, por padres de familia del colegio Spellman de la ciudad de Quito.

Sus habitantes de acuerdo al censo 2011 de población y vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos se encuentra en 390 personas, 189 hombres y 191 mujeres, a este grupo poblacional se agrega una voluminosa población flotante constituida por 600 niños, estudiantes de la Unidad Educativa Municipal en Mushuñan, que proviene de toda la ciudad de Sangolquí, se suma a los niños el grupo de 26 profesores²⁹, así como 25 estudiantes del cuarto año de la carrera de gestión de microempresas de la Universidad Central del Ecuador con 6 docentes.

Los servicios básicos con los que cuenta el barrio son de buena calidad; tiene el servicio de agua potable, que viene desde la planta municipal principal por

²⁷ Gonzalo Endara Crow, Monumento al maíz. 1989, http://www.ruminahui.gob.ec/sub_inf.asp?ID_SINF=55&ID_INF, ingreso 8 de agosto 2012.

²⁸ Consulta de médico general.

²⁹ Entrevista con la Directora de Educación del Municipio de Rumiñahui, Dra. María Dolores Gómez de la Torre, el 25 de junio de 2012.

tubería y es almacenada en un tanque de distribución para el sector que está constituido por otros barrios; dispone también de alcantarillado, vías de ingreso asfaltadas y adoquinadas en buenas condiciones, servicio de telefonía fija y celular, internet, al igual que servicio de recolección de basura.

A unos cien metros de la iglesia Católica, se encuentran las instalaciones de la gasolinera y oficinas administrativas de la cooperativa de transporte Condorvall, al frente y al lado se hallan en hilera las casas que constituyen el corazón del barrio Mushuñan, unas de mayor tamaño que otras, tienen una configuración distinta pero con espacios funcionales iguales, son casas con ventanas cuadradas y generalmente un portón que permite el ingreso hasta un patio o huerta en la parte trasera de la propiedad, en la que comúnmente se siembra maíz, en la parte frontal disponen de locales comerciales.

Estos locales contienen pequeños emprendimientos, como servicios de internet y cabinas telefónicas, almacén de insumos agropecuarios, papelerías, un rudimentario local de expendio de tortillas de papa con caucara, tiendas de abarrotes que cuentan con espacios para servir refrescos y sandwiches.

Las edificaciones más antiguas se ubican a la derecha de la calle de acceso, cuyo nombre es Inés Gangotena, al lado izquierdo se encuentra la nueva urbanización de la Asociación de empleados del Banco Nacional de Fomento del Ecuador, con pocas construcciones, la más importante de ellas la escuela denominada Unidad Educativa Municipal en Mushuñan, que consta de varios edificios de dos pisos, estructura en la que funciona también la carrera de Gestión de Microempresas de la Universidad Central.

Se encuentra así mismo en la calle Inés Gangotena, un restaurant de construcción nueva, denominado el Pailón, que ofrece comida gourmet nacional, su operativa tiene prácticas de gestión de calidad.

2.1.2. GENERALIDADES HISTÓRICAS

El origen de este enclave habitacional a inicios del siglo XX y se encuentra en la hacienda de la señorita Inés Gangotena, los moradores indican que los terrenos de la derecha de la calle del mismo nombre, junto a la quebrada denominada el Pailón, fueron facilitados en buena medida a los trabajadores de hacienda para habitación, aunque hay unos pocos que han sido comprados como el terreno en donde se ubica el referido restaurante El Pailón, este de propiedad de la familia Topón.

La propiedad de la familia Gangotena se fraccionó, generando propiedades más pequeñas como la hacienda Melchor, Orejuela entre otras, que continúan con la denominación de haciendas y poseen sembríos de maíz, contando además con ganado vacuno de leche y carne.

Las haciendas están fuera del barrio Mushuñan pero influyen en él, pues algunos de sus habitantes, todavía laboran en ellas siendo su fuente de sustento.

La producción lechera, se entrega en un centro de acopio ubicado en el centro de Mushuñan.

En general, en la observación previa y la confirmación posterior de investigación en campo determina que los polos que generan interacción social son: la Cooperativa de transporte Condorvall, el centro de acopio de leche, el restaurant el Pailón, la Unidad Educativa Municipal en Mushuñan y la extensión de la Universidad Central en Sangolqui Mushuñan, Carrera de gestión de microempresas; todos estos polos son relativamente nuevos pues tienen una antigüedad de entre dos y tres años de funcionamiento, a excepción de la Cooperativa de transporte Condorvall que tiene ya 18 años en el lugar.

Se confirma con esta investigación en campo que un importante impulso al desarrollo del sector, es el establecimiento de la Cooperativa de transporte Condorvall que adquiere los terrenos a mediados de la década de los años 90, posteriormente esta Cooperativa ya en funcionamiento incentiva a los moradores del barrio para que “acompañen y juntos impulsar la solicitud a las autoridades del Consejo Provincial de Pichincha para el mejoramiento de la calle de acceso”.³⁰

La carretera es también vía de tránsito hacia el volcán Cotopaxi, dentro de la ruta de los volcanes, con flujos de transeúntes que se dirigen a una serie de poblaciones y atractivos turísticos.

La mejora de esta vía de comunicación es el asfaltado hasta el sitio denominado Los Tubos, ubicado a unos treinta kilómetros del centro de la ciudad de Sangolquí, esta mejora ha facilitado el abastecimiento especialmente de comestibles, útiles de papelería, insumos agrícolas y ferretería, esta última se incrementó de manera interesante³¹, debido a nuevas construcciones en los terrenos de la urbanización de la asociación de empleados del Banco Nacional de Fomento.³²

2.2. CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA MIPYMES

La caracterización de lo que es una mipyme, presenta alguna dificultad pues a la fecha en el Ecuador no existe una ley que la defina, se considera por tanto adecuado el concepto de microempresa que se encuentra en el Plan Nacional de Desarrollo 2007 2010³³, concepto derivado del Proyecto de Ley para la Pequeña y mediana industria y el Proyecto de Estatuto para las micro, pequeña

³⁰ Entrevista realizada al señor William Topón Habitante del barrio el 2 de febrero de 2012, Mushuñan.

³¹ Esta actividad alcanza el 23% de importancia en el Barrio, de acuerdo al estudio de campo realizado en el actual análisis..

³² La urbanización comienza a incrementar en construcciones a partir de que la escuela Unidad Educativa Municipal Mushuñan, inicia sus labores en el año lectivo 2009.2010. Tiene buena infraestructura con aceras y bordillos y calles asfaltadas, así como todas las redes de servicios, básicos. Observación propia.

³³ SENPLADES, *Plan Nacional de Desarrollo 2007 2010*.

y mediana industria preparado por la Comunidad Andina de Naciones, que indican que microempresa es aquel emprendimiento que tiene de 1 a 9 empleados, ventas brutas anuales totales menores a USD 100.000 y activos totales de hasta USD 100.000.

A continuación el detalle de estas definiciones:

	Micro	Pequeñas	Medianas
Número de empleados	1-9	Hasta 49	50-199
Valor bruto de ventas anuales	100.000 USD	Hasta 1'000.000 USD	1'000.001 a 5'000.000 USD
Valor activos totales	Menor a 100.000 USD	De 100.001 hasta 750.000 USD	750.001 a 4'000.000 USD

Tabla 7. Caracterización general de la microempresa
Fuente: Proyecto Ley Pyme y Proyecto de Estatuto Andino para las Mipyme.

Se señala como factor inferencial considerado, que las microempresas registradas a nivel nacional en la Superintendencia de Compañías, alcanzan un número aproximado de 26.000, y están concentradas en un 35,62% en la provincia de Pichincha.

La observación previa nos permite determinar que en el Barrio no está plenamente organizado ni se usan efectivamente espacios en los que actué la población en forma conjunta en busca de mejoras a la productividad de sus recursos para alcanzar un mayor desarrollo, especialmente en los pequeños emprendimientos que surgen.

Se plantea realizar la investigación más profunda para determinar si existen o no estos espacios o mecanismos, para lo cual se delimita el barrio

mediante contrastación de información de moradores, con la información de la Dirección de Planificación del Municipio de Rumiñahui.

Se aplican encuestas de relevamiento de información y se realizan entrevistas semiestructuradas a actores relevantes del sector.

La investigación de campo se realiza en el periodo de tiempo comprendido entre los meses de febrero y julio de 2012³⁴, como primer resultado se determina una muestra importante de los actores Pyme³⁵ que generan dinámica en la acción social:

Cuadro No.8

PYME MUSHUÑAN	
1	Construfacil
2	Viveres y papelería Sandro
3	Tortillas de Mushuñan Calispa
4	Cabinas Betty
5	Panadería Puente
6	Centro de acopio de leche
7	Gabinete de belleza Echeverría
8	Publiart desing
9	El Pailón de Mushuñan restaurante
10	Compañía de trasportes Condorvall
11	Viveres Maribel
12	Viveres Derliz
13	Margiliz
14	Carpintería Jahir
15	Ferretería Tecso
16	Clases de ingles Rosales
17	Muebles Benavidez
18	Rico pan
19	Productos lácteos Freysac e Irene
20	Viveres Nohemí
21	Vidricar
22	Compañía de taxis Condorvall

Tabla 8. PyME Mushuñan

Fuente: Investigación directa. Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Junto a las Pyme descritas, se encuentran actuando en el Barrio tres instituciones educativas, la Unidad Educativa Municipal en Mushuñan, la Carrera de Gestión de Microempresas de la Facultad de Administración de la Universidad Central del Ecuador y la escuela pública Inés Gangotena.

³⁴ Se contó con el apoyo de los estudiantes del 4to.año de la carrera de gestión de microempresas, Universidad Central del Ecuador FCA.

³⁵ El primer censo microempresarial de Sangolqui, realizado en el 2010 por la Carrera de gestión de microempresas de la Universidad Central del Ecuador, proporciono información que se amplió con la aplicación de la encuesta en esta muestra importante de los actores Pyme en el barrio de Mushuñan.

Todos estos actores a excepción de la Cooperativa Condovall y la Escuela Pública Inés Gangotena, son relativamente nuevos pues tienen en promedio entre dos y tres años de actividad, lo que se ratifica en las entrevistas realizadas a los habitantes del lugar y a representantes de las entidades de mayor actividad.

Se determina por tanto que el sector comienza a desarrollarse desde el asentamiento de la Cooperativa de transporte Condorvall que adquiere los terrenos a mediados de la década del 90.

Luego el desarrollo se impulsa por la ubicación de las nuevas instituciones educativas, tomando también mayor dinamismo por el incremento de construcción de casas de habitación junto a la Unidad Educativa Municipal en Mushuñan, Urb. Empleados del Banco Nacional de Fomento.

Un hecho importante se releva de la información cualitativa extraída en las entrevistas, referente a que la Cooperativa Condorvall, ya en funcionamiento incentiva a los moradores del barrio para que acompañen en la solicitud a las autoridades del Consejo Provincial de Pichincha para el mejoramiento de la calle de acceso, la misma que es vía de tránsito con flujos de transeúntes que se dirigen a una serie de poblaciones y atractivos turísticos hasta llegar al volcán Cotopaxi.

Es importante destacar que el 80% de los encuestados indican que otra acción comunitaria realizada por el Barrio en conjunto, hizo posible contrarrestar una afectación al área por la decisión del Consejo Municipal de Rumiñahui de crear una zona de parque industrial en el Barrio de MUSHUÑAN, esta acción comunitaria derivó en que el consejo Municipal, archive la decisión el 17 de diciembre del 2010.

2.3. RESULTADOS TABULADOS DE LA ENCUESTA DE CAMPO

Los resultados de la tabulación sobre la muestra representativa de las Pyme Mushuñan que se relevaron en la investigación de campo, se describen a continuación:

GÉNERO DE LOS MICROEMPRESARIOS

Los microempresarios en Mushuñan en cuanto género presenta una conformación igualitaria, sin embargo es menester indicar que la encuesta aplicada cuyos resultados se encuentran en el anexo 3 de este documento, también se observa que las mujeres en 55% de su segmento trabajan en emprendimientos que funcionan en su casa, limitando su tiempo de dedicación por las tareas domésticas que están a su cargo.

Administrativamente esta característica impide una mayor acumulación de capital, por cuanto el objetivo empresarial es secundario dependiente, limitan su gestión al área geográfica circundante, no manejan un sistema contable de registro en un 64% del total.

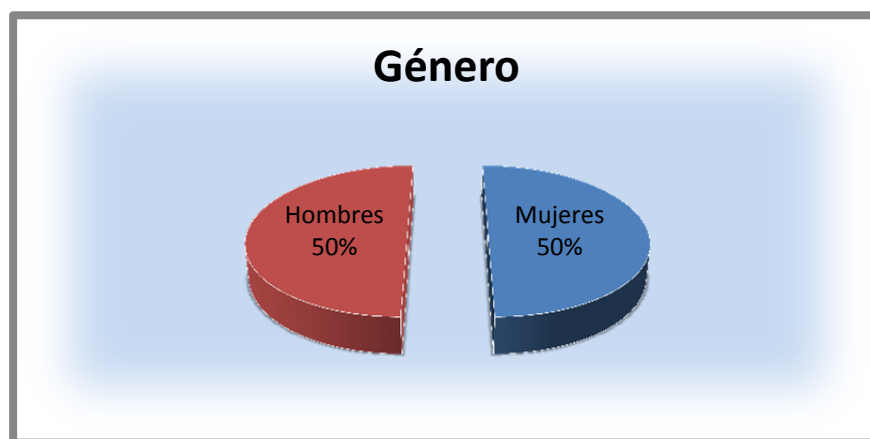


Ilustración 3. Género Microempresarios

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Ing. Xavier Silva

NACIONALIDAD DE LOS MICROEMPRESARIOS

Los microempresarios del barrio Mushuñan indican que tienen la nacionalidad ecuatoriana.



Ilustración 4. Nacionalidad de los Microempresarios

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

No se encontraron microempresarios de otras nacionalidades en el área de Mushuñan.

NIVEL DE EDUCACIÓN

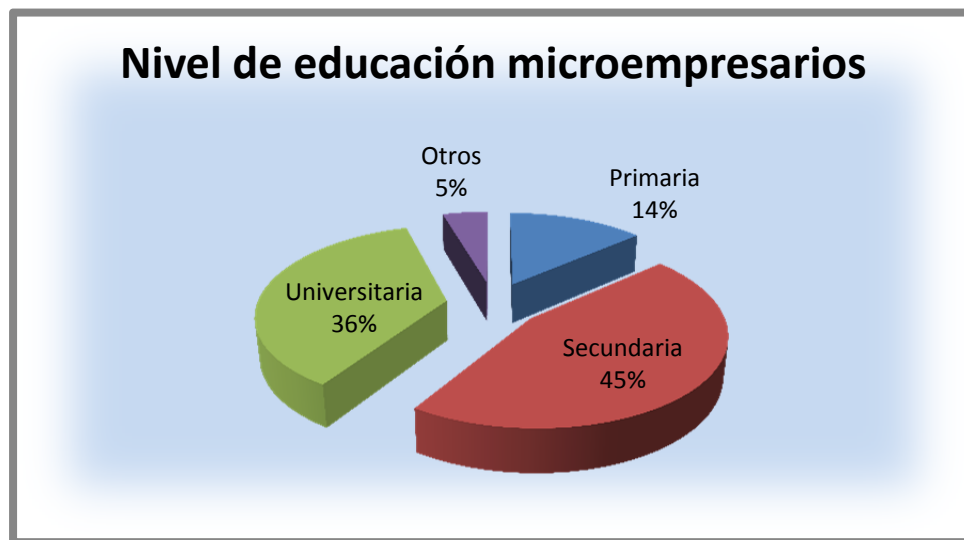


Ilustración 5. Nivel de educación Microempresarios

Fuente: Investigación directa. Elaborado por: Ing. Xavier Silva

La educación formal que es una inversión en si misma por los recursos monetarios y de tiempo que involucra conseguirla, genera competencias

administrativas pues desarrolla la capacidad de abstracción y análisis, lo que permite planificar de mejor manera, organizar en base a esa planificación y tomar decisiones en base a la organización y sus resultados.

Los microempresarios en Mushuñan, indican un nivel de educación de 14% primaria, 45% secundaria, 36% universitaria y otros 5% de tipo técnico, indicador que denota un interesante nivel de educación que puede facilitar el enfoque de calidad, siendo más fácil transmitirlo y fijarlo para que la comunidad sea conocida por sus servicios turísticos, que ponen al cliente en primer lugar como socio de una experiencia medioambiental.

Los niveles de educación se presentan de manera igualitaria en los dos géneros.

TIPO DE MICROEMPRESA

Las microempresas en Mushuñan por sector económico de actividad económica son: de producción el 41%, servicios en un 36% y comercial en un 23%.

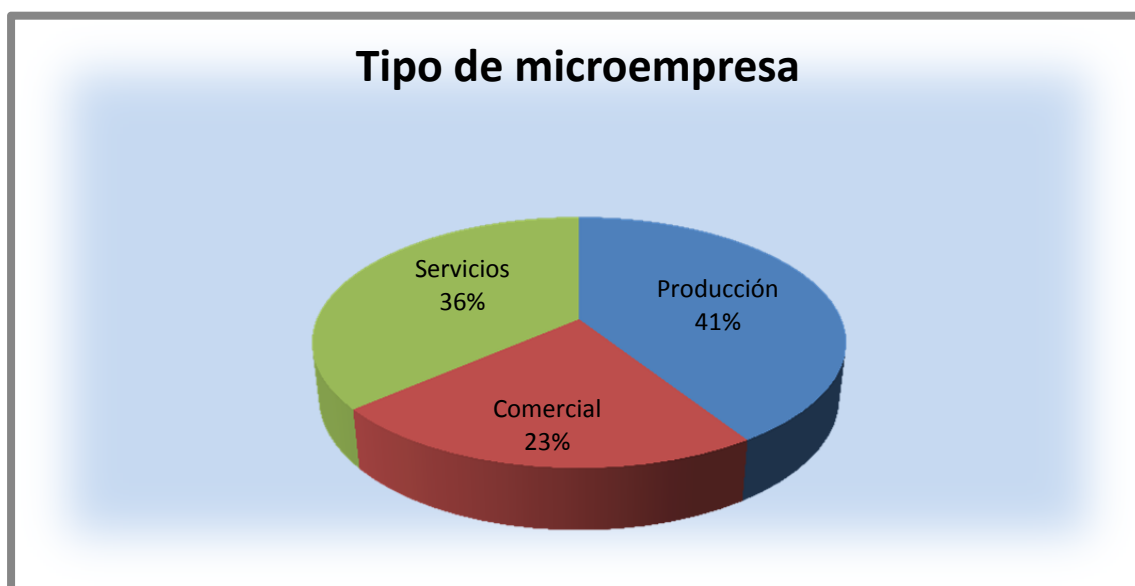


Ilustración 6. Tipo de Microempresa

Fuente: Investigación directa, Elaborado por: Ing. Xavier Silva

El indicador de tipo de microempresa revela que un 41% está dedicada al sector producción especialmente en comidas tradicionales; el 36% de participación en el sector servicios. Se denota un enfoque de valor agregado, es decir que al menos el 77% de la microempresas sumados producción y servicios en el Barrio entregan al cliente un valor agregado que multiplica el ingreso, sin desmerecer el sector de comercio que alcanza el 23% necesario para la provisión de insumos en la gestión de producción y servicios.

MICROEMPRESAS CON SISTEMA CONTABLE

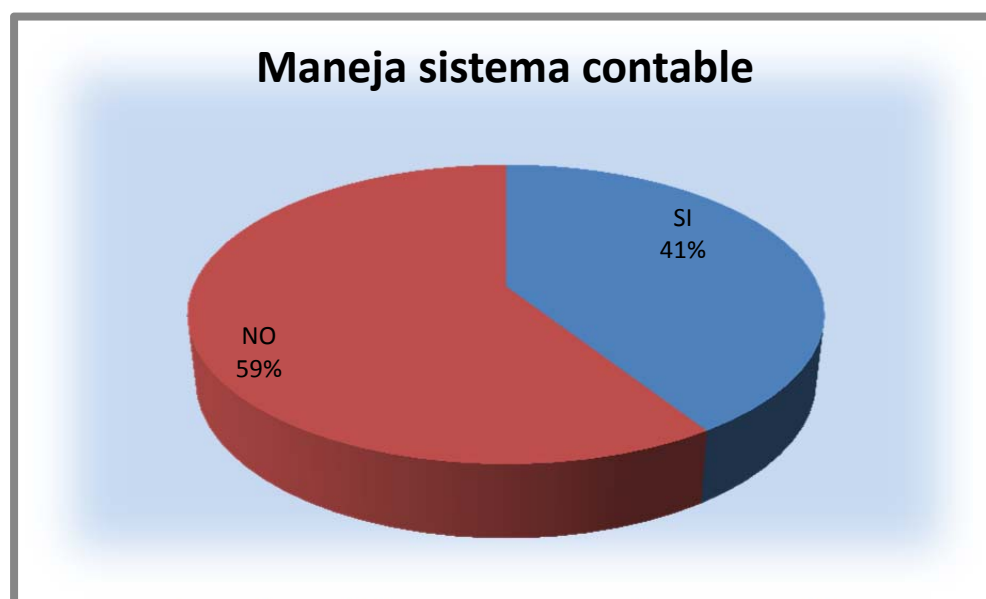


Ilustración 7. Microempresas con sistema contable

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Las microempresas en Mushuñan en un 41%, manejan en su gestión un sistema contable, que facilita controlar su nivel de costo de los productos y servicios entregados en venta, por lo que pueden gestionar de mejor manera los

precios, para la generación eficaz de rentabilidad, mientras que el 59% no cuenta con un sistema contable de registros, con informalidad en su accionar que impide el acceso a fuentes de recursos para su crecimiento, así como ineficacia en el manejo de precios basado en costos.

SERVICIOS BÁSICOS CON LOS QUE CUENTAN LAS MICROEMPRESAS EN MUSHUÑAN

Cuadro No.13

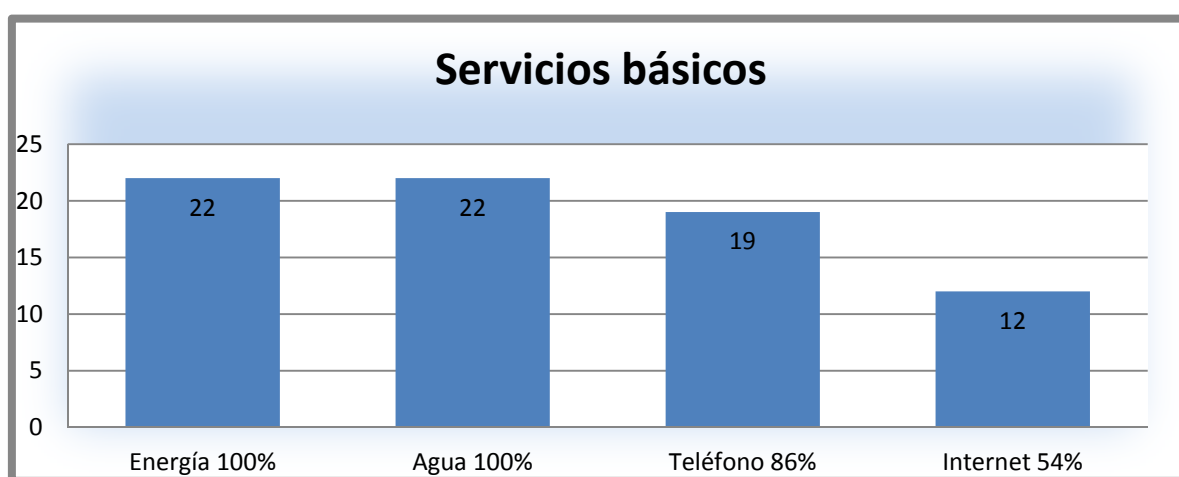


Ilustración 8. Servicios básicos Microempresas

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Todas las microempresas cuentan con Energía y Agua, el 86% cuenta con servicio de teléfono y el 55% tiene internet.

La provisión y uso del servicio de internet como herramienta para gestionar la administración, el posicionamiento y comercialización de servicios turísticos ecológicos, es fundamental.

El barrio de Mushuñan presenta el uso de esta herramienta en un nivel del 54%, ligeramente superior a la media nacional que alcanza el 49,2% de acuerdo a la encuesta nacional a Mipymes manufactureras 2007.

ANTIGÜEDAD DE LAS MICROEMPRESAS EN MUSUÑAN

Cuadro No.14

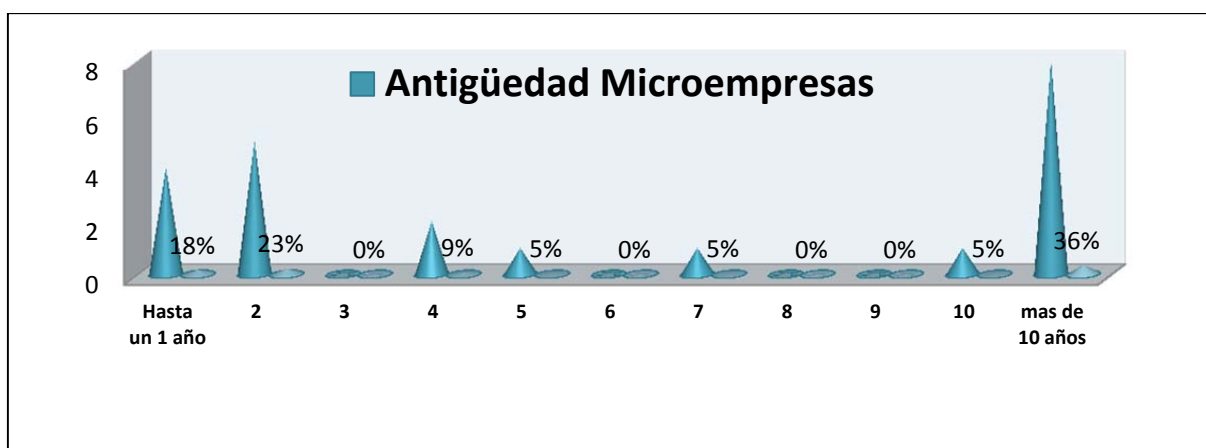


Ilustración 9. Antigüedad Microempresarios

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

El 36% de las microempresas encuestadas en Mushuñan tienen una antigüedad igual o superior a 10 años, mientras que el 64% tiene una antigüedad entre 0 y 9 años, dentro de este segmento es destacable el 41% de las mipymes resultante de los dos segmentos entre 0 y 2 años que determina una dinámica interesante de crecimiento por la puesta en funcionamiento de la Unidad Educativa Municipal en Mushuñan y un incremento en la construcción en los lotes de la Urbanización del Banco Nacional de Fomento.

ORIGEN DEL CAPITAL EMPRESARIAL EN MUSHUÑAN

Cuadro No.15

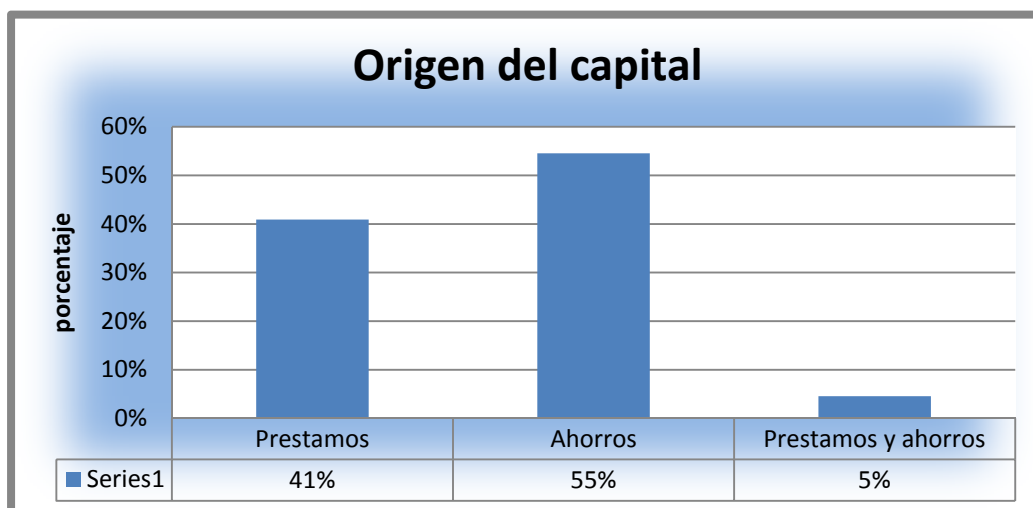


Ilustración 10. Origen del capital

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

El origen del capital para la formación de las microempresas en Mushuñan es un 41% proveniente de préstamo, un 55% de ahorros del empresario, y un 5% usan las dos fuentes de fondos.

TIPO DE APOYO QUE BUSCA

Cuadro No.16

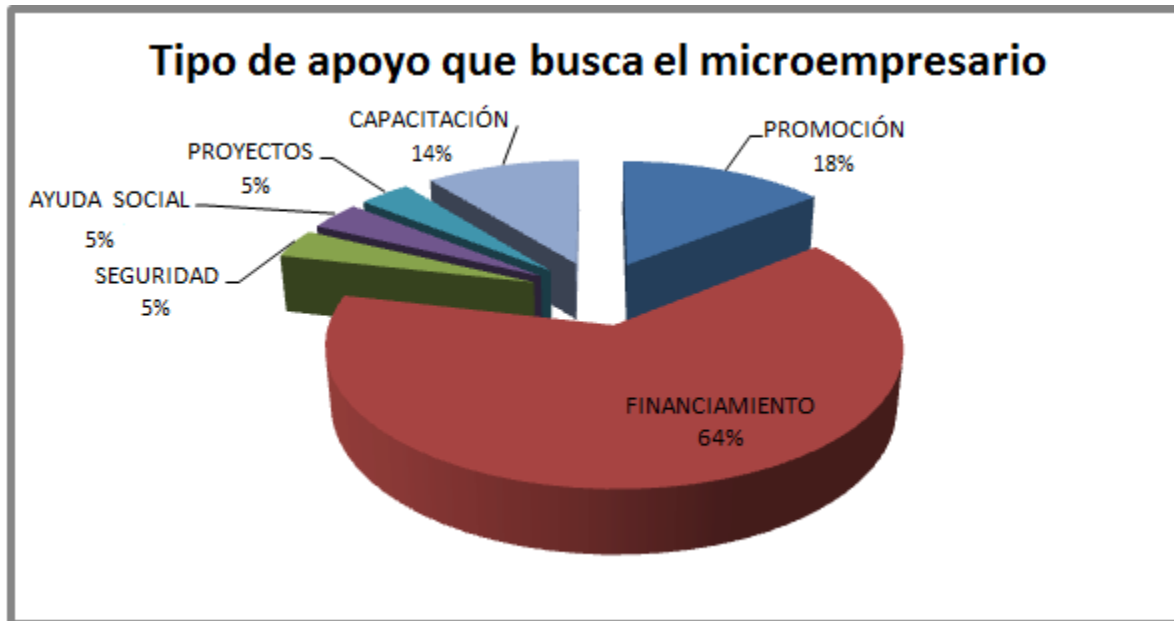


Ilustración 11. Tipo de apoyo que busca el microempresario

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Los microempresarios en Mushuñan manifiestan su necesidad de apoyo en financiamiento para su operación en primer lugar, en promoción de sus microempresas en un 18%, capacitación especialmente tributaria en un 14%, y en un 5% en apoyo para seguridad, proyectos, ayuda social.

Los microempresarios encuestados manifiestan cierto distanciamiento con el Municipio de Rumiñahui, indicando que se debilitó la expectativa de apoyo municipal luego de la confrontación por la declaración de parque industrial del Barrio.

CÓMO VE A SU MICROEMPRESA EN 5 AÑOS

Cuadro No.17

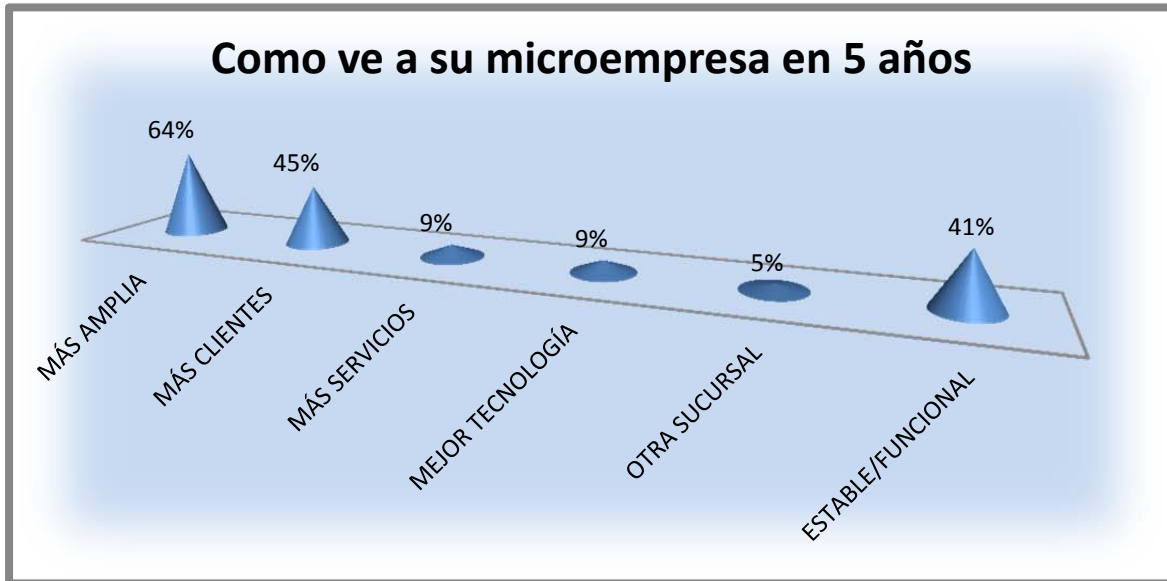


Ilustración 12. La microempresa en 5 años

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Los microempresarios en Mushuñan, visionan a su microempresa en un 64% más amplia, con más clientes en un 45%, estable en un 41%, mejor tecnología en un 9%, más servicios en un 9%, y con otra sucursal en un 5%.

La investigación determinó adicionalmente que consideran como la fiesta insignia del Barrio, la celebración de la denominada Virgen del Rosario, esta se lleva a cabo entre el 7 y 8 de octubre de cada año.

GRUPOS SOCIALES DEL BARRIO MUSHUÑAN

Cuadro No. 18

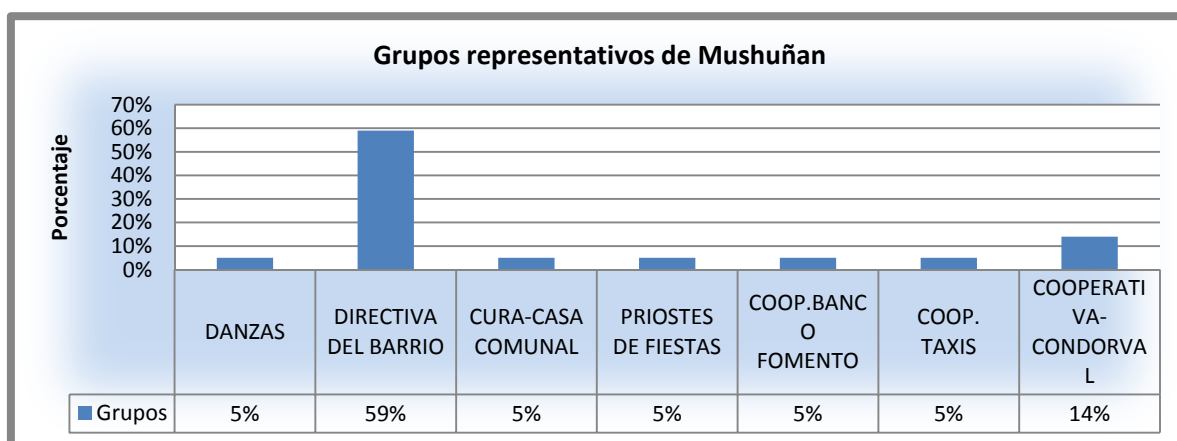


Ilustración 13. Grupos representativos de Mushuñan

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Dentro de la investigación se determina en base a las encuestas levantadas que los actores o grupos representativos en Mushuñan son:

La directiva del Barrio con el 59% del total encuestado, a continuación se ubica la Cooperativa de Transportes Condorvall con un 14%, entidad que ha dinamizado el sector pero que no mantiene interacción social con los moradores, más bien estos exigen un nivel de atención superior, con más frecuencias en el servicio de buses, ante lo cual los directivos de la Cooperativa manifiestan que no existen número suficiente de pasajeros para aumentar las frecuencias.³⁶

Los otros grupos evidenciados en las entrevistas representan el 5% cada uno y son el Grupo de Danza del Barrio, Los priostes de las fiestas del Rosario, Cooperativa de taxis anexa a la Cooperativa Condorvall, la Cooperativa del Banco Nacional de Fomento que tiene una importante urbanización junto al Barrio

³⁶ Entrevista 7 de abril 2012 Señor Héctor Pérez, Gerente Condorvall

Mushuñan y por último la Iglesia Católica, su influencia es afectada por la presencia de otras iglesias como la Evangélica.

LE GUSTARÍA PARTICIPAR EN GRUPOS DE TRABAJO PARA EL DESARROLLO DEL BARRIO



Ilustración 14. Participación en grupos de trabajo conjunto en Mushuñan

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Se determina que la mayoría de los microempresarios encuestados en Mushuñan, piensan que les hace falta una mayor unidad y trabajo conjunto, estando motivados para incrementar su interacción social en un 73% del total, quienes manifiestan que es necesario y les gustaría participar en grupos de trabajo para el desarrollo del barrio, mientras que un 23% indican que no.

ACTIVIDAD ECONÓMICA MÁS IMPORTANTE

Cuadro No.20

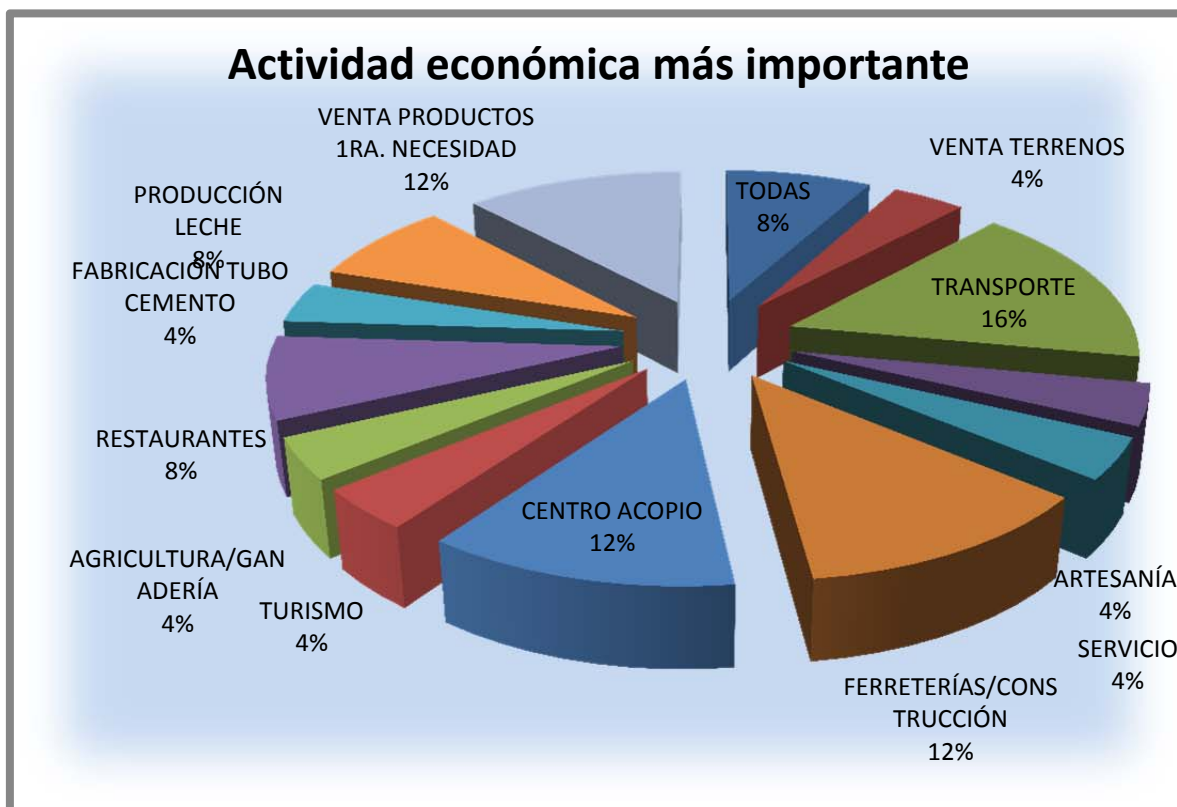


Ilustración 15. Actividad económica más importante

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

Los encuestados exteriorizan que la actividad económica más importante del sector Mushuñan es la que realiza la Cooperativa Condorvall con el 18%, le sigue en importancia el Centro de Acopio de Leche con un 14%. Restaurantes, turismo, artesanías y servicios suman también un 18% del total, es importante destacar que los habitantes del Barrio manejan comúnmente criterios relacionados a la conservación ambiental como el reciclaje.

Con el apoyo de estos resultados, y con entrevistas de mayor alcance en visitas a los emprendimientos, hemos podido determinar que las principales PYME en Mushuñan son dos:

Cooperativa de Transporte Cóndores del Valle, Condorvall, que se crea hace 18 años en Mushuñan con 6 asociados creciendo hasta abril del 2012 a 40 asociados.

Restaurante El Pailón que se crea hace 2 años, que ofrece solo comida gourmet tradicional andina, y muestra la riqueza cultural del Barrio, a través también de presentaciones musicales al interior del local, con un grupo compuesto por varias generaciones de la familia Topón, originaria del sector.

Una descripción gráfica de estos dos negocios, puede apreciarse en el anexo 1.

3. CAPITULO III

3.1. PLAN DE MEJORAMIENTO

La necesidad de explotar en forma adecuada las ventajas comparativas guardando y potenciando las tradiciones y el cuidado del medioambiente, con la base del análisis, marco conceptual, caracterización y determinación de espacios de relacionamiento, determinan que se plantee en este capítulo un plan de mejoras, con el propósito de responder en términos prácticos a la pregunta ¿La caracterización de las microempresas y la identificación de espacios de relacionamiento en Mushuñan, hacen posible definir un plan de mejoramiento?

En el transcurso del análisis de la conformación del sector microempresarial de Mushuñan, se lo caracterizó de acuerdo a su enfoque de trabajo, se buscó determinar también los espacios de relacionamiento de los microempresarios entre sí y con los otros actores locales y la determinación de parámetros estratégicos de acuerdo a la visión del barrio.

La caracterización se enfocó entre otros tópicos, al tipo de emprendimiento, origen del capital invertido, conformación societaria, tiempo de funcionamiento, conocer si se maneja herramientas contables y tecnológicas, la edad, género y nivel de educación del emprendedor, productos y servicios que ofrece, las redes sociales en las que participa, si cuenta con una estructura social de apoyo, y si participa en la acción comunitaria.

Esta caracterización se reforzó con entrevistas a profundidad que denotaron entre todos los actores del Barrio Mushuñan, una visión superior que se fundamenta en el respeto al medio ambiente incluido su cultura. Lo cual se toma como eje 1 para la generación del plan de mejoras.

El enfoque fue de realizar un análisis y caracterización del barrio en base a un marco conceptual, luego establecer un plan de mejoras y visualizar una nueva situación.

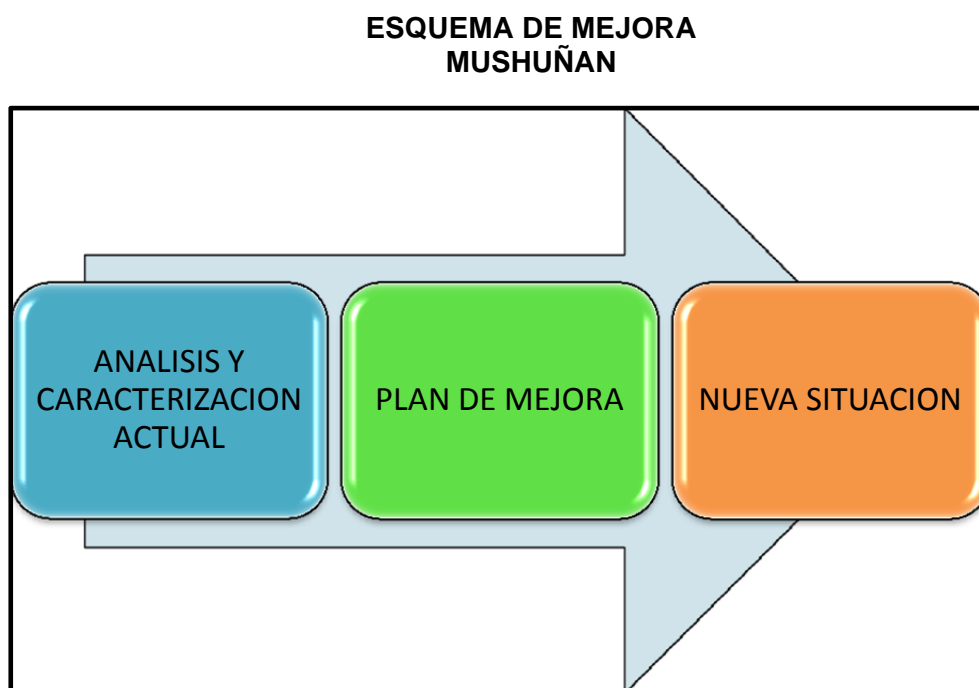


Ilustración 16. Esquema de mejora en Mushuñan

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

3.1.1. DETERMINACIONES RELEVANTES DEL ANALISIS E INVESTIGACION DE CAMPO PARA EL PLAN DE MEJORAS

Además la investigación en campo con base a la conceptualización teórica, permitió determinar lo siguiente:

- a) Las ventajas comparativas de Mushuñan apoyan un nivel alto de competitividad enfocada al turismo.

- b) Los microempresarios del sector de Mushuñan, deben aprovechar la visión medioambiental que tiene ellos y sus vecinos, utilizando sus ventajas comparativas y el mantenimiento del ambiente rural en beneficio conjunto.
- c) La necesaria innovación tecnológica que eleva la productividad del trabajo, es una determinante crítica del mejoramiento de los ingresos de la población, el nivel de herramientas tecnológicas disponibles para los actores sociales de Mushuñan es muy bajo.
- d) Hay falta de instancias comunales efectivas para el relacionamiento de los microempresarios.
- e) Capacidades institucionales insuficientes para atender los asuntos locales.
- f) Si bien hay un importante nivel de educación superior en los microempresarios, este no es la generalidad por lo que existe deficiencia en la preparación formal microempresarial.
- g) Los sistemas de registro y control contable no están presentes en la mayoría de microempresas, siendo necesarios para determinar costos, como herramienta para un manejo adecuado de precios y rentabilidad.
- h) La asociatividad a nivel empresarial es un proceso organizacional que está enfocado a generar un mayor ingreso económico mediante una cooperación de mutuo acuerdo, aspecto que no se logra en Mushuñan.
- i) Mushuñan muestra interés moderado en realizar actividades conjuntas.
- j) El barrio de Mushuñan al momento cuenta con una población de baja densidad en comparación con otros barrios, con proyección de crecimiento a corto plazo.

- k) La transformación productiva se debe abordar buscando apoyo municipal, organismo propio del sector.
- l) Se debe trabajar en conjunto para que se implementen programas de desarrollo en turismo y artesanías, en interacción con entidades de desarrollo estatales.

Las consideraciones encontradas y expuestas hacen determinar que la mejora de la competitividad constituye el eje 2 del plan.

Este plan se realiza considerando que el Barrio Mushuñan tiene riqueza potencial y no efectiva por la falta de técnicas que combinen de manera adecuada el talento humano, la infraestructura y los recursos naturales.

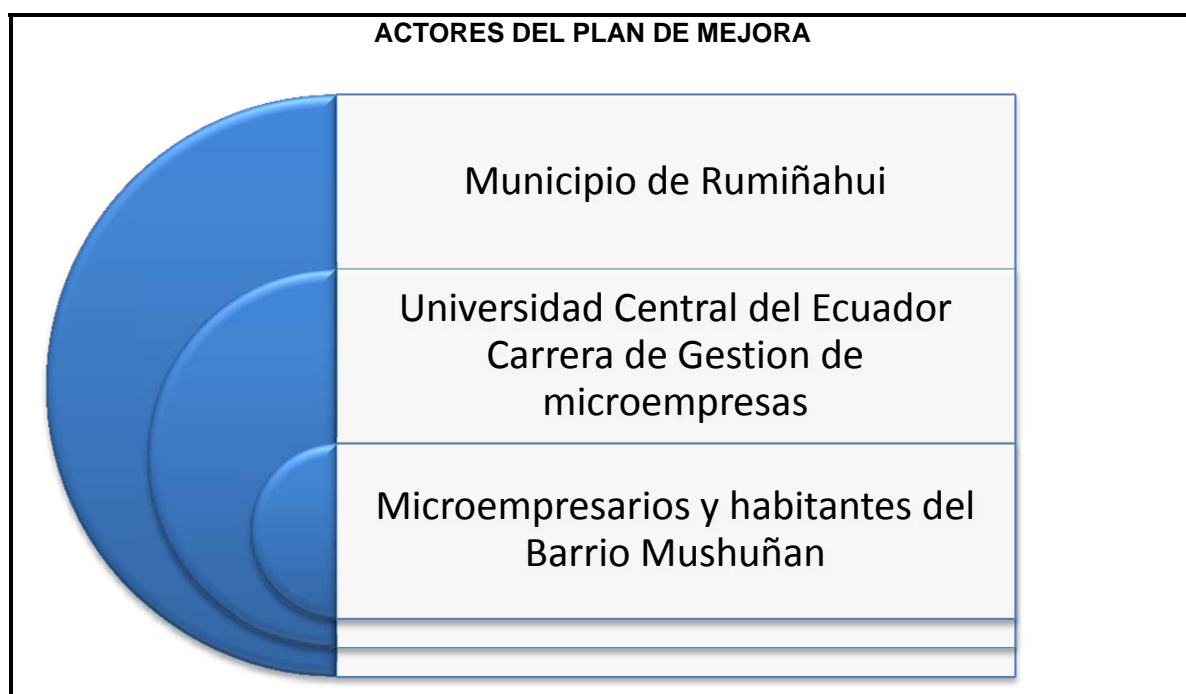


Ilustración 17. Actores del plan de mejora

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Ing. Xavier Silva

El talento humano es un factor de producción fundamental en el desarrollo, el cual dentro del concepto de capital social aplicado a Mushuñan, se puede interpretar como el trabajo conjunto de emprendedores que crean empresas, desarrolladores de las mismas y las instituciones relacionadas para el logro del barrio como proveedor de servicios de turísticos.

Este talento humano se potenciará con los diferentes programas de capacitación para la generación de proyectos, planes de negocio, administración financiera, servicios turísticos.

Partiendo del concepto de que “la educación actúa sobre realidades - materiales y espirituales- previamente existentes”, que propone Durkeim (1975), este contiene la interacción entre adultos y jóvenes, los primeros que ejercen un efecto mental que impacta para su comportamiento conforme lo exige la sociedad y el medio en que vivirán³⁷, a esta concepción fundamental para mantener la tradición y poder transmitir el valioso patrimonio cultural intangible, propio de la zona se debe incrementar un componente de educación técnica que permita implementar niveles de calidad en el servicio y la producción en general.

Esta educación se puede realizar desde espacios de relacionamiento en los que puede participar, los actores pymes Mushuñan, la carrera de gestión de microempresas de la Facultad de Administración de la Universidad Central del Ecuador³⁸ y el Municipio de Rumiñahui³⁹, cada quien aportando su tiempo y recursos para obtener la meta de mejora del proceso.

³⁷E. Durkheim, *Educación y sociología, El arte de educar: la educación en la voz de grandes pensadores*, México, MX: Alamah, 2002. pag.43-53.

³⁸La carrera de gestión de microempresas genero un proyecto de relacionamiento con la comunidad denominado Cooperación Universidad- Comunidad, que en la segunda fase puede otorgar capacitación en administración financiera.

³⁹El Municipio de Rumiñahui a implemento en el Barrio Fajardo un centro de capacitación en asocio con la comunidad en el año 2011, el mismo que puede replicarse en Mushuñan.

Se destaca la vigente disposición normativa del Municipio, expedida luego de la anulación de la ordenanza para el parque industrial, esta disposición clasifica al sector con status de área de Protección Natural (PN).⁴⁰

Uno de los principales problemas de las pequeñas empresas poco desarrolladas económica y socialmente, lo constituye su dificultad para la acumulación de capital y consecuentemente de aumento de posibilidades de desarrollo.

Entre los varios factores que lo causan, tenemos la falta de preparación académica⁴¹ de las personas que impide el crecimiento de las microempresas en Sangolqui.

Mushuñan entra en el mercado de servicios turísticos del Valle de los Chillos, que los ofrece desde el siglo pasado, los que mejoran y amplían continuamente, por lo que el ingreso debe ser planificado y con calidad.

La obtención o no de procesos de calidad, hace que los resultados de las empresas del mismo sector sean diferentes, si se logra en Mushuñan que la visión de calidad sea una constante, las microempresas alcanzarán una combinación de recursos y capacidades superiores a otras similares en los diferentes barrios o sectores y obtendrán resultados que hagan sostenible y diferenciado el emprendimiento Mushuñan.⁴²

Tomando en cuenta todos estos factores antes descritos, hoy en día la población de Sangolqui, Mushuñan, tiene que prepararse, e innovar para mantener un buen nivel de competitividad, sobrevivir y crecer.

⁴⁰ Arq. Jorge Sosa, Director de Planificación Municipio de Rumiñahui, entrevista 25 julio 2012.

⁴¹ Persisten rivalidades entre los habitantes por destacar en el Barrio sin reconocer el beneficio que generan otros.

⁴² Ghetway P. *La estrategia en el Panorama de negocios*, Prentice Hall. 2000

Este aprendizaje permitirá insertarse de forma completa en el mercado, pues el problema de la posición individualista es una percepción parcializada de la realidad de la demanda, que contiene requerimientos de servicios integrados, para la atención de los clientes visitantes.

El análisis realizado busca hacer despegar la generación de empleo en el barrio Mushuñan (Camino Nuevo) como meta de un plan de mejora del capital social relacionado a la pymes que actúan allí, y lograr una mejor condición de vida de sus pobladores, configurando espacios de relacionamiento dentro del marco de respeto al medioambiente.

De la investigación de campo realizada en el área, especialmente en las entrevistas a profundidad con el presidente del barrio, el presidente de la cooperativa de transportes Condorvall, el gerente del restaurante el Pailón, los Directores y personal de la direcciones de Educación y Planificación del Municipio de Rumiñahui, así como personal docente de la Carrera de gestión de microempresas de la Universidad Central del Ecuador, se determina la necesidad de gestionar e implementar un programa de capacitación voluntario a los interesados en mejorar sus competencias para enfrentar el desarrollo en forma organizada y conjunta.

Esto se realizará a través del conocimiento en administración financiera para un manejo adecuado de costos y generación de precios, en el que siempre se incluya el trabajo propio y el uso de instalaciones que en la mayoría de casos son de propiedad familiar.

Se enfoca también en capacitación en calidad, planes de negocios.

3.1.2. EJES DEL PLAN DE MEJORAS

El plan considera entonces dos ejes:

1 Respeto al medio ambiente y a su cultura tradicional.

2 Mejora de la competitividad.

3.1.3. QUÉ ES EL PLAN DE MEJORAS

El desarrollo del plan de mejoras, consiste en un análisis de diversos factores que afectan al barrio Mushuñan, es un documento de análisis para los actores del barrio y la búsqueda de apoyo, soporte financiero y promoción con potenciales proveedores y clientes.

3.1.4. QUE BUSCA EL PLAN DE MEJORAS

El rápido desarrollo del área de Sangloqui en los últimos años ha sido sorprendente, sin embargo la explotación del barrio de Mushuñan es incipiente, por lo que este plan busca que los actores sociales del barrio con énfasis en las microempresas se empoderen de este desarrollo y su inevitable explotación, contando desde el inicio con la participación de los pobladores originarios del sector, debidamente capacitados y con la visión de mantener su ambiente natural dentro de parámetros de protección ambiental manteniendo su cultura tradicional, lo que generará empleo sostenible.

El turismo ecológico tiene amplio potencial en este mundo globalizado e interconectado que requiere productos y servicios competitivos, generados con calidad.

El objetivo del plan irá enfocado en buscar que las microempresas manejen sus operaciones con costos adecuados, aprovechando las ventajas comparativas del sector, los productos y servicios generados sean promocionados, y el apoyo de el Gobierno Autonomo Descentralizado de Rumiñahui se concrete en entregar

infraestructura adecuada del parque temático en ecología local, promocionando este como una destino turístico integrado a la ruta de los volcanes.

3.1.5. DEFINICIÓN DE LA ACCIÓN GENERAL DE PLAN DE MEJORAS

Mushuñam tiene la necesidad de cambio y competencia en el mercado, primordialmente para implementar sus actividades con procesos de calidad y mejoramiento continuo, que los productos y servicios visionados alrededor del turismo ecológico, obtengan estándares altos de calidad de acuerdo a las necesidades de los clientes, cumpliendo con lo primordial que es la satisfacción de los mismos en cada aspecto interno como externo de los emprendimientos, buscar nuevos canales de distribución y una mayor penetración en el mercado.

Círculo de mejoramiento



Ilustración 18. Círculo de mejoramiento

Elaborado por: Ing. Xavier Silva

3.1.6. ACTORES Y ACCIONES DEL PLAN DE MEJORA EN MUSHUÑAN

Se consideran los actores e instituciones con real interés en apoyar al barrio y las acciones actuales y futuras para la mejora del accionar del capital social en Msuhuñan.

ACTORES Y ACCIONES PLAN DE MEJORA

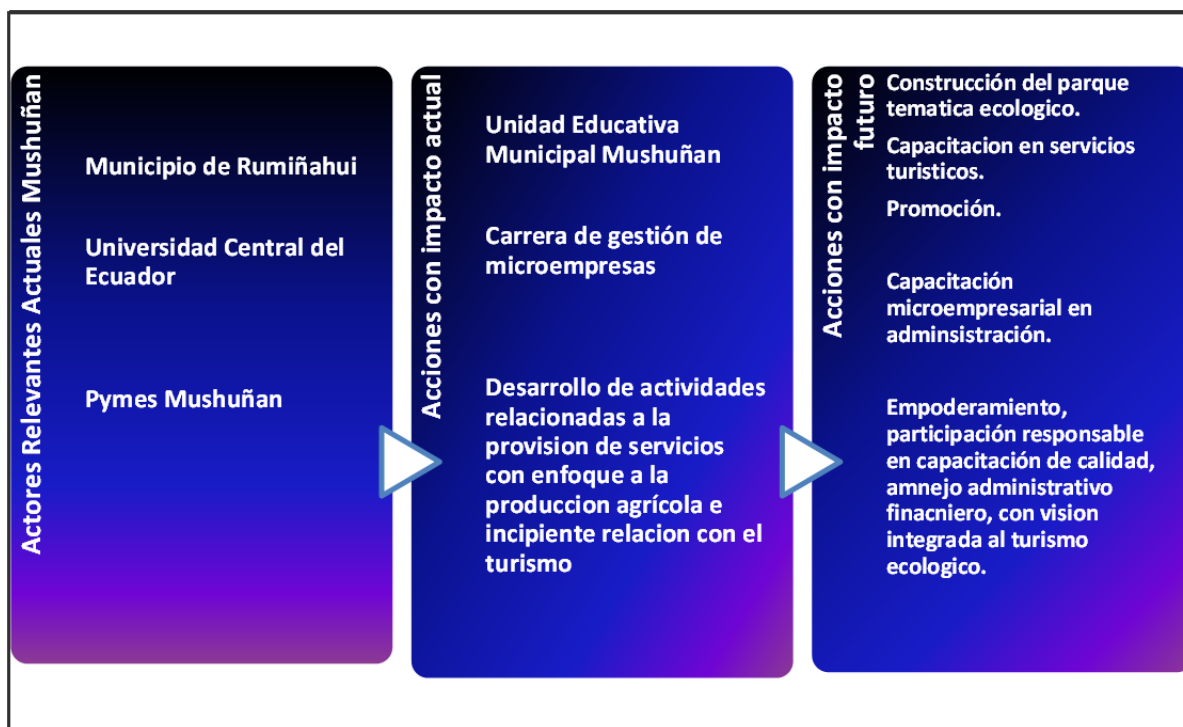


Ilustración 19. Actores y acciones del Plan de Mejora

Fuente. Investigación directa
Elaborado por: Ing. Xavier Silva

3.1.7. PARÁMETROS ESTRATEGICOS CONSIDERADOS EN LA GENERACION DEL PLAN DE MEJORAS

Sobre la base de la investigación, análisis y entrevistas participativas con los actores sociales de Mushuñan, se proponen estos parámetros estratégicos, recogiendo las aspiraciones y planteamientos de los actores más relevantes del Barrio, y se constituyen en guías del plan de mejora.

3.1.7.1. Misión

Somos un barrio que respeta, protege y mantiene el medioambiente, con una producción de servicios turísticos ecológicos, con calidad y excelencia, orientado a contribuir al progreso personal y de nuestras familias.(temporalidad)

3.1.7.2. Visión

En 5 años llegar a ser un barrio reconocido por entregar servicios de turismo ecológico protegiendo el medioambiente y mostrando la cultura tradicional del Valle de los Chillos, utilizando diferentes elementos de la cultura que permita ser con nuestros visitantes, socios del cuidado de la naturaleza, creando un ambiente adecuado de trabajo, siendo una comunidad de ciudadanos responsables con bases en emprendimientos rentables y sostenibles, con pilares importantes en la calidad y el buen servicio.

3.1.7.3. Objetivos estratégicos

- Introducir nivel de calidad en los emprendimientos del barrio a través de planes de capacitación para fortalecer sus actividades y lograr mayor eficiencia y eficacia en la producción y comercialización.
- Mejorar la satisfacción de los visitantes haciéndoles partícipes del cuidado medioambiental, en los paseos dentro del parque temático en ecología local.
- Explorar nuevos nichos de mercado para elevar los ingresos del barrio y que la imagen del barrio pueda posicionarse en el mercado.

3.1.7.4. Metas

- Incrementar en un 20% el nivel de ingresos en 3 años.⁴³

3.1.7.5. Políticas

- Mantener el compromiso de participación social con honestidad, responsabilidad, y eficiencia, para lograr capacitarse y satisfacer a los clientes internos y externos.
- Propiciar y mantener un trato equitativo y generar oportunidades de desarrollo y reconocimiento al desempeño de todos los habitantes del barrio, manteniendo la lealtad y actitud positiva.
- El cliente es la persona más importante del barrio, siendo nuestro principal socio para el cambio y el desarrollo.

3.1.7.6. Principios y valores

- Respeto al medio ambiente y la cultura del Barrio.
- Equidad y trabajo en equipo
- Creatividad
- Confianza, respeto y responsabilidad
- Ética y solidaridad

3.1.7.7. Objetivos operativos

- Realizar una línea de base de los principales indicadores socioeconómicos del barrio.
- Determinar los productos y servicios a entregar de acuerdo a la demanda potencial identificada.
- Elaborar un plan de promoción y comercialización de los productos y servicios determinados.
- Entregar productos y servicios turísticos que contengan actividades culturales autóctonas, incluyendo la producción de artesanías.

⁴³ Relacionado al efecto positivo de la acción del capital social, tenemos como indicativo el estudio de Deepa Narayan, Household Income and Social Capital in Rural Tanzania, 1997

- Obtener en los productos y servicios entregados un nivel adecuado de calidad.
- Manejar competencias en administración financiera con énfasis en el costeo.
- Obtener fuentes de financiamiento adecuadas.
- Crear nuevos emprendimientos relacionados.

3.1.7.8. Indicadores de medición de los objetivos operativos

Los indicadores permiten medir los avances en la meta establecida en base a la consecución de los objetivos operativos generados para atender las prioridades determinadas en la mejora:

1. Documento de línea de base de los principales indicadores socioeconómicos del barrio, publicado y socializado
2. Número de productos y servicios determinados
3. Número de documentos con la determinación de la demanda potencial productos y servicios Mushuñan
4. Número de campañas de promoción y comercialización de los productos y servicios Mushuñan
5. Número de microempresarios capacitados en operaciones y competitividad
6. Número de microempresarios capacitados en calidad
7. Número de microempresarios capacitados en administración financiera
8. Número de fuentes identificadas para el financiamiento de acuerdo al tipo de emprendimiento
9. Número de planes de negocio aprobados

3.1.7.9. Consideraciones temáticas

Para alcanzar los objetivos operativos, se debe realizar las actividades en base a las siguientes consideraciones temáticas:

3.1.7.9.1. Calidad

La calidad aplicada permite mejorar la competitividad, esta debe ser abordada considerando el concepto, el ciclo control y las técnicas para satisfacer los requisitos de implantar la calidad, elaborando y entregando productos y servicios con una estándar adecuado, que sean vendibles, consiguiendo satisfacción del cliente.

Entendiéndose pues calidad como la satisfacción al cliente que recibe un producto con un valor agregado, a un precio adecuado, estableciendo un nuevo estándar Mushuñan visionado desde el interior de los actores sociales⁴⁴, y estructurado con apoyo de docentes dentro del concepto que maneja Carretero (1997), de construcción del ser humano⁴⁵.

Los productos y servicios a entregar deben trabajarse desde la visión de protección ambiental y mantenimiento de las tradiciones culturales.

Para definir los productos y servicios, se debe obtener insumos de investigación del mercado potencial, principalmente en Quito y Guayaquil, polos de concentración humana importantes.

1. Identificar quienes son los clientes
2. Cuáles son sus requerimientos para satisfacer sus necesidades de ocio.
3. Desarrollar productos y servicios de acuerdo a los requerimientos detectados.
4. Desarrollar un proceso integrado para elaborar, producir y entregar los productos y servicios requeridos.
5. Se debe capacitar en el manejo de proveedores con el enfoque comunitario, así mismo en responsabilidad social.

⁴⁴ Se aplica ya un estándar de calidad en el servicio otorgado por el Restaurante de comida gourmet tradicional ecuatoriana, El Pailón de Mushuñan.

⁴⁵ Carretero Mario. *Que es el constructivismo y educación*. Pág. 87

3.1.7.9.2. Costeo

En el Plan Nacional de Desarrollo, apartado referido a microempresas, se analizan algunas debilidades de los emprendimientos destacando que una debilidad general es la “insuficiente información estadística y técnica sobre el sector”, así también se enumeran varias debilidades internas entre la cuales están: “limitada gestión empresarial, control de calidad y seguridad industrial deficiente, insuficiente conocimiento del mercado y del mercadeo, poca formación integral del recurso humano, falta de liquidez, falta de un sentido asociativo, desconocimiento de nuevas tecnologías, poco manejo de información”⁴⁶.

Estas debilidades internas constituyen limitantes en el establecimiento de estrategias y metas definidas para su desarrollo eficaz, estructura administrativa, sistemas de producción y calidad, impidiendo su expansión, siendo también barreras de acceso al financiamiento.

Los pequeños emprendimientos se crean como alternativa a la falta de empleo, por personas con conocimientos empíricos en busca de generar un mínimo nivel de ingreso económico para la supervivencia de ellos y sus familias.

Estos pequeños emprendimientos no tienden a ser los mejores, son muchas veces destinados solo a sobrevivir, sin organizarse como un proceso generador de rentabilidad, lo que determina baja acumulación de capital para reinvertir, crecer y perdurar.

⁴⁶SENPLADES, *Plan Nacional de Desarrollo*, Ecuador, 2007 2010.

Presentan falta de informes de sus flujos financieros, factor crítico para el sistema financiero en general que analiza al cliente antes de facilitar el financiamiento, pues consideran que la *“decisión de otorgar crédito, depende de la capacidad de repago dada en los flujos de caja esperados y no en la capacidad de integrar garantías”*.⁴⁷

Por lo que es fundamental el traslado de tecnología de administración financiera entre otras, en procura de que los pequeños emprendimientos generen rentabilidad, con un manejo adecuado de la relación de ingresos-egresos, niveles de efectivo, buena estructura financiera, mejora de la productividad identificando el costo de los insumos en el producir, para buscar producir más con los mismos recursos.

Siendo necesario que el plan de mejoras establezca un programa de capacitación basado en aprender a hacer y hacer aprendiendo, basada en la educación por objetivos.

Este programa tiene un enfoque productivo, contiene la mejora del costeo y control de producción de los productos y servicios producidos para la comercialización.⁴⁸

Se plantea la posterior construcción de indicadores para evaluar las unidades productivas, recopilar información sobre el desempeño de las microempresas y generar nuevas directrices de mejora e innovación.

3.1.7.9.3. *Financiamiento*

La oferta de crédito si bien existe, proviene de entidades financieras externas al Barrio⁴⁹, estas interactúan con oficiales de crédito que ofrecen

⁴⁷ BID, *Políticas y buenas prácticas de financiamiento para la pequeña empresa.2009.*, pág15

⁴⁸María Famiglietti, *Didáctica y metodología de la educación tecnológica. II. Contenidos conceptuales orientadores, reflexión teórico-operativa sobre proyectos*, pág. 156.

financiamiento, requiriendo información financiera estructurada; información financiera de la que no disponen los microempresarios en un 59% del total, por la informalidad en los registros de gestión y resultados de estos emprendimientos.

Como alternativa se solicita preñar o hipotecar propiedades para cualquier financiamiento, lo que no es viable en gran medida, pues los microempresarios no las poseen.

Así, solo se financian con créditos el 36% de emprendedores, el resto, es decir el 64 % financia su emprendimiento a través de ahorros, teniendo dificultad para seguir creciendo pues los gastos familiares demandan mayor uso de los resultados del emprendimiento, impidiendo la reinversión de capital necesario dentro de un ambiente competitivo.

Se detectó la necesidad de financiamiento externo en al menos el 51% de los encuestados, a los cuales debe entregarse información y capacitación en el manejo de las diferentes líneas de crédito que ofrece el sistema financiero público y privado.

3.1.7.9.4. Productos y servicios turísticos que incluyan actividades culturales autóctonas producción de artesanías

La actividad artesanal parte importante del acervo cultural, enfocada a la comercialización del sector como un enclave turístico es integrante necesaria de un todo a ofrecer al visitante externo.

El censo microempresarial realizado en el año 2010 en Sangolquí⁴⁹, determino que el 17,56% de los microempresarios son artesanos. La joyería en plata y los tejidos son productos de artesanía tradicional en el área de Sangolquí.

⁴⁹ Existe al momento un proyecto de creación de una cooperativa de ahorro y crédito en el barrio, liderado por el presidente del Barrio.

⁵⁰ Xavier Silva, *Las microempresas en Sangolquí*, Pág. 17

Sin embargo debemos decir que la desvalorización cultural frente a la globalización impacta de manera importante en los jóvenes, quienes no muestran mayor interés en las actividades artesanales pues no les generan posicionamiento social.

Esta concepción puede cambiar si se maneja la producción artesanal dentro de un todo integrado como producto turístico a comercializar a los visitantes, haciéndola una actividad de tiempo completo que permita generar ingresos que la hagan sostenible.

Para esto debe generarse un programa de capacitación en técnicas de producción de artesanías con calidad, definiendo los productos más adecuados de acuerdo a una investigación de mercado.

La comercialización se realizará al visitante en forma directa de productos al consumidor, creando locales de expendio de artesanías comunales, cercanos a polos de visita que en este caso son los restaurantes.

Complementariamente se debe realizar un programa de promoción de las artesanías.

El plan de mejoras se enfoca así a obtener estabilidad, es decir diseñar conjuntamente con los actores, procesos estandarizarlos con una cultura de calidad en su implementación y uso.

De allí en adelante se generará empleo con la posibilidad de incrementarlo en forma constante, en función de la estabilidad lograda.

Es el momento oportuno para que a través de este plan se fortalezca desde un inicio el tejido empresarial, en base al fuerte fomento del espíritu empresarial

en los jóvenes, este espíritu es la capacidad para emprender y desarrollar emprendimientos.

3.1.7.9.5. Infraestructura

Es necesaria la implementación de nueva infraestructura entendida como los elementos que favorecen el conocimiento y desarrollo de la actividad microempresarial en cualquier campo, así esta constituye el espacio en donde se realizan las actividades propias del emprendimiento, abarca también los servicios básicos y equipos, calles, carreteras, puentes, parques entre otros, que facilitan el desarrollo del giro del emprendimiento.

La infraestructura si bien es adecuada para el inicio del plan de mejoras este plantea la creación de un espacio físico comunal, con aulas en donde los emprendimientos puedan adiestrarse.

Así mismo se visualiza y requiere por parte de la comunidad, como ancla para el desarrollo, la reforestación del barrio y la construcción del parque temático en ecología local⁵¹, potenciando la protección del medio ambiente⁵², en los terrenos que antes estaban destinados para parque industrial.⁵³

Los recursos naturales entendidos holísticamente como las materias primas necesarias para el desarrollo del emprendimiento, incluyendo el paisaje, se usan siempre con el enfoque a largo plazo de protección ambiental y conservación, lo que facilita la reinversión no la explotación simplemente.

La implementación del plan de mejoras considera la dificultad de actuación conjunta de los pobladores en Mushuñan.

⁵¹ Los parques temáticos potencian la educación cultural, constituidos por un conjunto de atracciones en torno a una línea argumental específica en la búsqueda de entregar entretenimiento, ocio y cultura a los visitantes.

⁵² Existen en la zona limítrofe del barrio con la hacienda Carmen de Orejuela se ubican las vertientes de agua, que proveen de caudal a un reservorio y tanque de almacenamiento de la empresa de agua potable municipal.

⁵³ Esto se determinó en reunión del 19 de mayo de 2012 de la directiva del Barrio, estudiantes y docentes de la Carrera de Gestión de microempresas de la Universidad Central

Con este riesgo latente se propone varias acciones de motivación entre las cuales está la de realizar una masiva promoción de la celebración de la fiesta de la Virgen del Rosario, como punto de partida para que el barrio amplíe su popularidad en el Valle.⁵⁴

3.1.8. CRONOGRAMA JERARQUIZADO ACTIVIDADES PLAN DE MEJORAS MIPYME MUSHUÑAN.

Las actividades determinadas conjuntamente con la población microempresarial, se enmarcan en capacitación y promoción.

Estas se busca realizarlas con la participación del Municipio de Rumiñahui a través del Patronato Municipal⁵⁵, que provea de los expertos adecuados de acuerdo a las actividades macro determinadas y con la Universidad Central del Ecuador Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión de Microempresas, con un grupo de egresados en proceso de titulación como apoyo a docentes guía.

LÍNEAS DE MEJORA	ACTIVIDADES MACRO	RESPONSABLE	TIEMPO	RECURSOS NECESARIOS	PRESUPUESTO USD	PRODUCTOS	INDICADORES
INVESTIGACION ECONOMICA Y DE MERCADO							
	LÍNEA DE BASE INDICADORES SOCIOECONOMICOS MUSHUÑAN	UNIVERSIDAD CENTRAL CARRERA DE GESTION DE MICROEMPRESAS	60 DIAS	1 INVESTIGADOR Y 5 AYUDANTES DE CAMPO	9000	UN DOCUMENTO DE LINEA DE BASE	DOCUMENTO PUBLICADO Y SOCIALIZADO DEL DOCUMENTO DE LÍNEA BASE
	DETERMINACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS MUSHUÑAN	PATRONATO MUNICIPAL CANTON RUMIÑAHUI	60 DIAS	1 INVESTIGADOR Y 2 AYUDANTES DE CAMPO	7600	UN DOCUMENTO CON LA DETERMINACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS MUSHUÑAN	30 MICROEMPRESARIOS CON SERVICIOS Y PRODUCTOS, CLARAMENTE DEFINIDOS
	DETERMINACION DE LA DEMANDA POTENCIAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS VISIONADOS	PATRONATO MUNICIPAL CANTON RUMIÑAHUI	60 DIAS	1 INVESTIGADOR Y 2 AYUDANTES DE CAMPO	9600	UN DOCUMENTO CON LA DETERMINACION DE LA DEMANDA POTENCIAL PRODUCTOS Y SERVICIOS MUSHUÑAN	30 MICROEMPRESARIOS CONOCIENDO EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE SUS PRODUCTOS EN EL MERCADO

⁵⁴Esta actividad se trabajó en forma independiente con el propietario del Restaurante El Pailón señor William Topón, y con el Presidente del Barrio doctor Gustavo Calispa Llumiquinga.

⁵⁵Entrevista realizada con el Coordinador General Sr. Andrés Medina, quien manifestó la intención de continuar y ampliar un programa de capacitación en servicios turísticos de calidad a corto plazo.

PROMOCION							
	ELABORACION DE UN PLAN DE PROMOCION Y COMERCIALIZACION DE LOS RPRODUCTOS Y SERVICIOS MUSHUÑAN	PATRONATO MUNICIPAL CANTON RUMIÑAHUI	60 DIAS	1 EXPERTO EN PROMOCION Y COMERCIALIZACION	5000	UN DOCUMENTO CON EL PLAN DE PROMOCION Y COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS MUSHUÑAN	NÚMERO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MARCHA.
CAPACITACION							
	OPERACIONES Y COMPETITIVIDAD	UNIVERSIDAD CENTRAL CARRERA DE GESTION DE MICROEMPRESAS	120 DIAS	2 DOCENTES EN OPERACIONES Y COMPETITIVIDAD	12000	30 MICROEMPRESARIOS CAPACITADOS	30 MICROEMPRESARIOS MEJORANDO SU DESEMPEÑO EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL
	CALIDAD	PATRONATO MUNICIPAL RUMIÑAHUI	90 DIAS	1 EXPERTO EN CALIDAD	4500	30 MICROEMPRESARIOS CAPACITADOS	40% DE INCREMENTO EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES
	ADMINISTRACION FINANCIERA	UNIVERSIDAD CENTRAL CARRERA DE GESTION DE MICROEMPRESAS	120 DIAS	2 DOCENTES EN ADMINISTRACION FINANCIERA CON EL APOYO DE 5 EGRESADOS DE LA CARRERA DE GESTION DE MICROEMPRESAS	15000	30 MICROEMPRESARIOS CAPACITADOS	INCREMENTO DE 20% EN 2 AÑOS, EN LA RECONOMÍA DE LA MICROEMPRESA
FINANCIAMIENTO							
	DETERMINACION DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE ACUERDO AL TIPO DE EMPRENDIMIENTO POR ACTIVIDAD ECONOMICA	PATRONATO MUNICIPAL RUMIÑAHUI	30 DIAS	1 EXPERTO EN FINANCIAMIENTO	1500	UN DOCUMENTO CON LA DETERMINACION DE LA FUENTES DE ADECUADAS DE FINANCIAMIENTO DE ACUERDO AL TIPO DE EMPRENDIMEINTO	30 MICROEMPRESARIOS CON SUS POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO CLARAMENTE IDENTIFICADAS
	ELABORACION DE PLANES DE NEGOCIO Y PRESENTACION DE SOLICITUD DE FINANCIAMIENTO O APOYO CON FLUJOS FINANCIEROS	PATRONATO MUNICIPAL RUMIÑAHUI	90 DIAS	2 EXPERTOS EN PLANES DE NEGOCIO	6000	30 PLANES DE NEGOCIO	30 PLANES DE NEGOCIO CON FINANCIAMIENTO APROBADOS

Tabla 9. Cronograma jerarquizado de actividades del plan de mejoras mipyme Mushuñan

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Ing. Xavier Silva

CONCLUSIONES

El desarrollo de Mushuñan considerando las teorías, conceptos y visiones del capital social, la competitividad, y el desarrollo local es posible dentro de un enfoque de Turismo ecológico, por la visión superior de protección medioambiental de sus habitantes.

Las ventajas comparativas por la ubicación estratégica del barrio, cercano a múltiples atractivos turísticos y ecológicos, le dan un nivel competitivo inicial importante.

Los habitantes del sector tienen una limitada gestión comunal, sin embargo mantiene expectativas de mejora.

La estructura microempresarial en Mushuñan tiene un impacto directo del hecho cultural autóctono.

El área de Mushuñan tiene todavía una conformación microempresarial con influencia agrícola, aunque con cambios significativos por la ubicación reciente de establecimiento educativos estatales de nivel primario y universitario, que están impulsando el sector servicios.

La dinámica del sector comercial esta dada por la provisión de insumos para los otros dos sectores, incluyendo insumos agrícolas para las áreas geográficas aledañas.

Los resultados de la encuesta realizada muestran en la mayoría de las unidades productivas la falta de un sistema de costeo y administración financiera, por lo que no poseen datos del margen de contribución de productos y servicios vendidos.

Se analiza también la participación en la propiedad y en el trabajo de las unidades microempresariales por género, determinando que se conforman de una forma igualitaria es decir son propiedad y tienen trabajadores de distinto género en una proporción igual.

El análisis ha captado requerimientos de capacitación de los propios microempresarios que la demandan en un 90% de los encuestados, en esta se prioriza la capacitación en administración financiera con énfasis en tributación, encontrándose también demanda de capacitación en atención al cliente.

Las facilidades de comunicación y la aplicación de nuevas TIC's en el desarrollo y crecimiento de los mercados microempresariales se apoyan fundamentalmente en el servicio de internet, el mismo que lo tienen un 55% de las microempresas analizadas.

La hipótesis planteada se comprueba al obtener insumos suficientes en el desarrollo del análisis, los cuales hacen posible la construcción de un plan de mejoras referidas a la mejora continua en competitividad, dentro de una visión superior de protección del medio ambiente.

RECOMENDACIONES

Facilitar la implementación de un programa virtuoso de retroalimentación, entre los generadores de capital social: Comunidad, Gobierno, Municipio, Universidad, Microempresarios y Sociedad en general, usando la identificación de necesidades de capacitación para el otorgamiento de la misma en forma

estructurada que mejore el performance operativo microempresarial, la educación universitaria y el compromiso de la comunidad en el fortalecimiento económico del sector.

Financiar el esfuerzo orientado a la asistencia, promoción de la formalización y acompañamiento de microempresas, con el fin de reducir su nivel de marginación y aumentar su nivel de competitividad, abrir el acceso a apoyos institucionales y mercados más dinámicos; mejorando el desempeño y su crecimiento, combinado con el apoyo para prácticas de los estudiantes de la carrera de gestión de microempresas.

Generar y dinamizar el desarrollo del sector microempresarial en Mushuñan, a través de la difusión y socialización de los niveles de apoyo a la sostenibilidad de los emprendimientos.

Impulsar niveles razonables de calidad y competitividad en la oferta de bienes y servicios.

Incentivar la actividad económica del área geográfica de estudio, apoyándose para la toma de decisión en políticas públicas y gestión privada, en tecnología de investigación de GIS y manejo de mercados.

Impulsar la formalización de las microempresas en busca de mejorar su acceso al financiamiento externo.

Contribuir al desarrollo personal, profesional y al mejoramiento de los niveles de vida de sus habitantes.

Implementar capacitación a los responsables de las microempresas, en sistemas de administración que eleven la competitividad de sus servicios y productos para su permanencia y crecimiento.

Impulsar la oferta de servicios de internet y su uso por parte de las microempresas, como apoyo a la difusión de sus productos y servicios, mejorando la comercialización con el uso de las Tecnologías de información y comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Araque Wilson, *Estrategia y acciones para el mejoramiento competitivo de las PYMEs*, *Análisis económico*, no. 18 pp. 69-76, Quito, EC: Colegio de Periodistas de Pichincha, 2006.
- Azua J. *Alianzas Estratégicas de la nueva Economía*. Ed. Mc Graw Hill, 2007.
- BID, *Políticas y buenas prácticas de financiamiento para la pequeña empresa*. 2009.
- Bourdieu Pierre, *El capital social*, *Actes de la recherche en sciences sociales*, no. 31 1985.
- Pierre Bourdieu, *El sentido práctico*. Madrid, ES. Taurus, 1991.
- Carretero Mario. *Que es el constructivismo y educación*. Progreso, México 1997.
- CEPAL: *Capital social y pobreza*, Documento preparado para la Conferencia Regional sobre Capital Social y Pobreza, Santiago de Chile, 24-26 de septiembre del 2001.
- Chavarría Hugo, *Competitividad cadenas agroalimentarias y territorios rurales: Elementos conceptuales*, San José, C.R. : IICA, 2002.

- Coleman James. *Análisis sociológico y política social*, Buenos Aires, AR: Amorrortu, 2001.
- Durkheim Emile, *Educación y sociología, El arte de educar: la educación en la voz de grandes pensadores*, México, MX: Alamah, 2002.
- Famiglietti María, *Didáctica y metodología de la educación tecnológica. II. Contenidos conceptuales orientadores, reflexión teórico-operativa sobre proyectos*, Rosario, AR: Homo Sapiens, 2003.
- Fukuyama Francis, *Confianza (trust)*, Buenos Aires, AR: Atlántida, 1996.
- Garnier Leonardo, *Ajuste estructural e inserción externa: la experiencia en economías pequeñas*, Vargas, Leiner, comp. ; *Apertura externa y competitividad*, pp. 21-54, Heredia, CR: Universidad Nacional, 1994.
- Ghetway P. *La estrategia en el Panorama de negocios*, Prentice Hall. 2000.
- Guerra Bravo Samuel, *Bases para la competitividad: como reeducar la mente en contextos emergentes*, Quito, EC: Abya-Yala, 2004.
- ILPES, CEPAL, *Manual de Desarrollo Local*, 1998.
- Narayan Deepa - Wolcook Michael, *Capital social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre el desarrollo*, 2000.
- López Parra Fernando, *Capital Social, presentación, Taller sobre estudios de la Gestión*, Quito, 2011.
- Maggi, Claudio, *Una mirada desde América Latina: el rol de la región frente a la globalización y a los nuevos desafíos de la política global*, Caracas, VE: Nueva Visión, 2002.

- Núñez del Arco, José, *El desarrollo económico y social en los umbrales del siglo XXI*, 198Washington DC. 2003
- Ottone Ernesto, *El papel de la educación frente a las nuevas condiciones de productividad y competitividad*, ed.; Gobernanza global, 2001
- Porter Michael. *Estrategia competitiva*. Editorial CECSA, Mexico.1997.
- Putnam Robert D., *Making Democracy Work. Civic Tradition in Modern Italy*, traducción al castellano Patricio Donoso, Cordes 2000.
- Portes, A. Social Capital: *its origins and applications in modern sociology*. 2008.
- Raza Dávila Fabián, *nota docente, relación costo volumen*, utilidades 2012.
- Ryokichi Hirono, *La globalización y la competitividad en el siglo XXI: una perspectiva japonesa*, Banco Interamericano de Desarrollo, 1998.
- Schultz, Theodore W. *La inversión en capital humano*, Barcelona, ES: Ariel, 1999.
- SENPLADES, *Plan Nacional de Desarrollo 2007 2010*.
- Silva Xavier, *Las microempresas en Sangolquí*, Universidad Central del Ecuador, Carrera de Gestión de microempresas. 2010.

ANEXOS

ANEXO 1 ARCHIVO FOTOGRÁFICO DEL PROYECTO

IGLESIA CATÓLICA DE MUSHUÑAN



La Iglesia Católica de Mushuñan tiene particular importancia en la vida de la comunidad, ya que es el punto central de la fiesta de La Virgen del Rosario, festividad que reúne a todos los pobladores.

PLACA DE AGRADECIMIENTO AL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE RUMIÑAHUI



Existe vinculación de los pobladores, con el gobierno municipal de Rumiñahui, lo que apoya el desarrollo del sector.

DISPENSARIO MÉDICO MUSHUÑAN



El barrio cuenta con servicios de salud, proporcionados por el dispensario médico

ESCUELA FISCAL INÉS GANGOTENA



El barrio cuenta con centros de educación básica, de bachillerato, y una extensión universitaria, que responden a las necesidades de educación integral del sector.



Canchas Deportivas

UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL EN MUSHUÑAN



El barrio también cuenta con unidades educativas municipales.



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR CARRERA DE GESTION DE MICROEMPRESAS MUSHUÑAN SANGOLQUI. ALUMNOS, PRFESORES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO.



Universidad Central extensión de la carrera de Gestión de Microempresas en Mushuñan.

**TRANSPORTES CONDORES DEL VALLE CONDORVALL
ESTACION DE GASOLINA Y OFICINAS ADMINISTRATIVAS**





La empresa de transportes CONDORVALL, es una de las más representativas del sector.

RESTAURANTE EL PAILON DE MUSHUÑAN





El restaurante “EL Pailón”, importante microempresa del sector.

MIPYMES MUSHUÑAN

Se listan a continuación, algunos de los emprendimientos comerciales PYMES Mushuñan:

Clases de inglés Rosales



Ferretería Tecson



Cabinas Betty



Cancha Deportiva de alquiler “El Olimpo”



Viveres Evelyn



Tienda de abarrotes



Multicar



Viveres la Familia



Viveres Nohemí



ENTREVISTA CON EL PRESIDENTE DEL BARRIO DR. GUSTAVO CALISPA



ENTREVISTA CON EL COORDINADOR GENERAL DEL PATRONATO MUNICIPAL DE RUMIÑAHUI



ENTREVISTA CON LA DIRECCION DE PLANIFICACION MUNICIPAL DEL CANTON RUMIÑAHUI



REUNIÓN CON LA DIRECTORA DE EDUCACION DEL MUNICIPIO DE RUMIÑAHUI.



ANEXO 2

DETALLE DE LAS PERSONAS ENTREVISTAS EN EL TRANSURSO DE LA INVESTIGACION		
NOMBRE DEL ENTREVISTADO		INSTITUCION
ANDRES	MEDINA	COORDINADOR GENERAL DEL PATRONATO DE AMPARO SOCIAL DE RUMIÑAHUI
MARIA DOLORES	GOMEZ DE LA TORRE	DIRECTORA DE EDUCACION DEL MUNICIPIO DE RUMIÑAHUI
JORGE	SOSA	DIRECTOR DE PLANIFICACION DEL MUNICIPIO DE RUMIÑAHUI
HUGO	SILVA	COORDINADOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN DE MICROEMPRESAS U.C.
JOSÉ MARÍA	LIMA CUENCA	CONSTRUFÁCIL
MARÍA DEL CARMEN	CALISPA LLUMIQUINGA	VÍVERES SANDRO
MARÍA ELVIA	CALISPA LLUMIQUINGA	TORTILLAS DE MUSHUÑAN CALISPA
BEATRIZ DE LOS ANGELES	CALISPARO MAQUILICA	CABINAS BETTY
MARIANA	PUENTE CANCHIGNIA	PANADERÍA PUENTE
PATRICIO	TIPANTA	CENTRO DE ACOPIO DE LECHE
DOLORES MARGARITA	ECHEVERRÍA BRIONES	GABINETE DE BELLEZA
WASHINGTON	ORTIZ GARCÍA	PUBLIART DESIGN
WILSON	TOPÓN DE LA CRUZ	EL PAILÓN DE MUSHUÑÁN
HÉCTOR	PEREZ	COMPAÑÍA CONDORVALL
EVELYN VICTORIA	DÁVILA AGUIRRE	VIVERES MARIBEL
MARÍA CECILIA	COYAGO ALOMOTO	VÍVERES DERLIZ
DOLORES MARGARITA	CHAVARRÍA BRIONES	MARGILIZ
SEGUNDO EMILIO	VILATUÑA VILATUÑA	CARPINTERÍA JAHIR
GEOVANA ESMERALDA	HARO	FERRETERÍA TECSO
WASHINGO BOLÍVAR	MANCERO	CONDORVAL S.A
MARÍA DEL CONSUELO	ROSALES CEVALLOS	CLASES DE INGLÉS
RICARDO ALFREDO	BENAVIDES BARRERA	MUEBLES BENAVIDEZ
DIEGO FERNANDO	FLORES GUACHIZAC	RICO PAN
EDGAR EDMUNDO	FREIRE ZAPATA	PRODUCTOS LÁCTESO FREYSAC E IRENE
JANETH ALEXANDRA	SUAREZ GUIJIRO	VIVERES NOHEMI

ANEXO 3

TABLAS DE RESPUESTAS INVESTIGACION DE CAMPO PYMES MUSHUÑAN

1.- IDENTIFICACION DEL MICROEMPRESARIO													
#	1.- APELLIDOS	NOMBRES	2.- CEDULA IDENTIDAD	3.- AÑO DE NACIMIENTO	4.- GÉNERO		5.- NACIONALIDAD	6.- NIVEL DE EDUCACION					7.- RESIDENCIA EN EL BARRIO (AÑOS)
					F	M	ECUATORIANA	OTRA	PRIMARIA	SECUNDARIA	SUPERIOR	OTROS	
1	LIMA CUENCA	JOSÉ MARÍA	1101083218	1956		X	X				x		1
2	CALISPA LLUMIQUINGA	MARÍA DEL CARMEN	1703940815	1958	X		X		X				54
3	CALISPA LLUMIQUINGA	MARÍA ELVIA	172281909	1970	X		X			X			40
4	CALISPARO MAQUILICA	BEATRIZ DE LOS ANGELES	1713390423	1975	X		X			X			37
5	PUENTE CANCHIGNIA	MARIANA	1700076514	1944	X		X		X				15
6	TIPANTA	PATRICIO		1982		X	X				X		2
7	ECHVERRÍA BRIONES	DOLORES MARGARITA	1305750588	1967	X		X				X		3
8	ORTIZ GARCÍA	WASHINGTON	1711936102	1981		X	X				X		28
9	TOPÓN DE LA CRUZ	WILSON	1705901682	1964		X	X			X			48
10	PEREZ	HÉCTOR	1707859117	1952		X	X				X		10
11	DÁVILA AGUIRRE	EVELYN VICTORIA	1723950489	1996	X		X			X			4
12	COYAGO ALOMOTO	MARÍA CECILIA	1705380572	1958	X		X					X	18
13	CHAVARRÍA BRIONES	DOLORES MARGARITA	1305750588	1967	X		X				X		3
14	VILATUÑA VILATUÑA	SEGUNDO EMILIO	1711259513	1970		X	X			X			8
15	HARO	GEOVANA ESMERALDA	400925244	1968	X		X			X			23
16	MANCERO	WASHINGO BOLÍVAR	1703022424	1951		X	X			X			11
17	ROSALES CEVALLOS	MARÍA DEL CONSUELO	171013855	1968	X		X				X		
18	BENAVIDES BARRERA	RICARDO ALFREDO	1706140207	1960		X	X			X			25
19	FLORES GUACHIZAC	DIEGO FERNANDO	1104438732	1981		X	X		X				2
20	DISPENSARIO MÉDICO						X				X		
21	FREIRE ZAPATA	EDGAR EDMUNDO	1709682528	1964		X	X			X			30
22	SUAREZ GUIJERO	JANETH ALEXANDRA	1718434879	1981	X		X				X		20
TOTALES	22	21	20	21	11	10	22	0	3	9	9	1	20

2.- IDENTIFICACION DE LA MICROEMPRESA									
1.- NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	BARRIO	2.- DIRECCION	3.- CUANTOS AÑOS TIENE SU EMPRESA		4.- TIPO				
			AÑOS	MES	COMERCIAL	PRODUCCION	ARTESANAL	SERVICIOS	OTROS
CONSTRUFÁCIL	MUSHUÑAN	INES GANGOTENA Y CALLE QUINTA	15		X				
VÍVERES SANDRO	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA 151 GONZAMANA	20					X	
NEGOCIO TORTILLAS	MUSHUÑAN	INES GANGOTENA	28			X			
CABINAS BETTY	MUSHUÑAN	INES GANGOTENA Y LA PRINCIPAL	28					X	
PANADERÍA	MUSHUÑAN	CALLE PRINCIPAL	2			X			
CENTRO DE ACOPIO DE LECHE	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	2					X	
GABINETE DE BELLEZA ****				7				X	
PUBLIART DESIGN	MUSHUÑAN	BOLÍVAR Y OLMEDO				X			
EL PAILÓN DE MUSHUÑAN	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA LOTE # 3	2					X	
COMPAÑIA CONDORVALL	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	15					X	
VIVERES MARIBEL	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	2		X				
VÍVERES DERLIZ	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	4					X	
MARGILIZ	MUSHUÑAN	CALLE G		7	X				
CARPINTERÍA JAHIR		PLAN DE VIVIENDA No. 50	7			x			
FERRETERÍA TECSO	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA LOTE 2	5		X				
CONDORVAL S.A	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	15					X	
CLASES DE INGLÉS	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA LOTE 200	1					X	
MUEBLES BENAVIDEZ	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA S/N	20		X	X			
RICO PAN	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	2			X			
DISPENSARIO MÉDICO- SANTA CATALINA DE SIENA	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	4					X	
PRODUCTOS LÁCTESO FREYSAC E IRENE	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	10			X			
VIVERES NOHEMI	MUSHUÑAN	INÉS GANGOTENA	12		X				
22	20	21	19	2	6	7	0	10	0

2.- IDENTIFICACION DE LA MICROEMPRESA										
5.- E MAIL	6.- TELEFONO	7.-MANEJA SISTEMA CONTABLE O ADMINISTRATIVO			8.- ESTÁ CONFORME CON EL SISTEMA MANEJA QUE UTILIZA			9.- EMPLEADOS		10.- RUC
		SI	N O	CUAL	SI	N O	EXPLIQUE	HOMB RE	MUJ ER	
jlima@intranet.ec	2794027	X		SADMI	X			1		1102264460001
	2087038		X			X				1703940815
	2087516		X		X				1	
carina_corazón@hotmail.com	2087038	x		CAJA	X				1	1703940815001
	2866259		X			X		1		1700076514001
		X			X			2	1	
			X			X		0	0	17025761490001
	84046542		X							
WT-1502@hotmail.com	2872783-084685074	x		MANUAL	X			3	5	1707244883001
		X		EXCEL	X			6	6	
	2087053		X			X		0	0	NO TIENE
	2870237		X			X		0	0	1705380572001
	2087458	X		INGRESOS-EGRESOS	X			0	0	NO TIENE
	2087541-097999984		x			x		4		1711259513001
	2687301	X		MONICA	X			1	1	4000763199001
	2087368	X		CONTABLE	X			6	6	
	2087420		X							
	2332046-2087035		X		X			2		1706140207001
		X		SAFI	X		LLEVO MEJOR - CUENTAS	0	0	1104438732001
	2331205-2085005		X					2	2	NO TIENE
eedgarfreire@hotmail.com	2333718		x							
	2087151		X							
4	18	9	13	8	11	6	1	15	13	14

2.- IDENTIFICACION DE LA MICROEMPRESA

12.- DIAS QUE LABORA							HORARIO		13.-SERVICIOS BASICOS CON LOS QUE CUENTA				
LUNE S	MARTE S	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	DESDE	HASTA	ENERGIA	AGUA	TELEFONO	INTERNET	OTROS
X	X	X	X	X	X		8:00	17:00	X	X	X	X	
X	X	X	X	X	X	X	8:00	08:00	X	X	X	X	
					X	X	08:00	12:00	X	X	X		
X	X	X	X	X	X	X	08:00	21:00	X	X	X	X	
X	X	X	X	X	X		06:30	21:00	X	X	X		
X	X	X	X	X	X	X	04:00	14:00	X	X	X	X	
X	X	X	X	X	X	X	06:30	22:00	X	X			
X	X	X	X	X	X		09:00	17:00	X	X	X	X	
					X	X	10:00	16:00	X	X	X	X	
X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X	
X	X	X	X	X	X		06:30	21:30	X	X	X	X	
X	X	X	X	X	X	X	06:00		X	X	X		
X	X	X	X	X	X	X	06:30	20:00	X	X	X	X	X
x	x	x	x	x	x		07:30	18:00	x	x	x		
X	X	X	X	X	X		07:30	17:00	X	X	X		
X	X	X	X	X					X	X	X	X	
									X	X	X		
X	X	X	X	X	X	X	08:00	19:00	X	X	X	X	TVCABLE
X	X	X	X	X	X		06:00	21:00	X	X			
					X		13:00	18:00	X	X	X		
x	x	x	x	x	x	x	05:00	21:00	x	x		x	
X	X	X	X	X	X	X	07:00	21:00	X	X	X		
18	18	18	18	18	20	12	19	18	22	22	19	12	2

14.- ACTIVIDAD MICROEMPRESARIAL			15.- LE GUSTARIA OTRA ACTIVIDAD			16.-DE DONDE PROVINO SU CAPITAL			17.- SU EMPRESA ES			
UNIC A	PRINCIP AL	SECUNDA RIA	S I	N O	CUAL	PRESTAM O	AHORR OS	FAMILI A	SOCIED AD	OTR A	UNIPERSON AL	FAMILI AR
X				X			X					X
		X	X		TENER UN SALÓN	X					X	
X				X			X				X	
		X		X		X					X	
X				X		X					X	
	X			X			X					X
		X		X			X				X	
X				X		X			X			
		X	X		CONSTRUCCIÓN	X						X
X			X		CARRERA DE ABOGACÍA				X			
X				X			X				X	
X			X		ARREGLOS FLORALES		X					X
		X	X				X					X
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X		X	X		X			
		X	X				X				X	
X				X			X					X
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X				X	
X				X			X					

1.- QUE TRADICIONES CONOCE QUE SE MANTIENEN EN EL BARRIO								
NO CONOCE	VIRGEN DEL ROSARIO	FIESTAS DEL DIVINO NIÑO	CARRERA DE CABALLOS	COMIDA - CUY	NAVID AD	AÑO VIEJO	CURACIÓN	Fiest. San Vicente
				FANESCA			DEL ESPANTO	
X								
	X							
	X	X						
	X	X			X			
	X				X			
	X							
	X							X
		X						
	X							
	X							
				X				
	X							
	X							X
X								
	X							
X								
	X							
	X	X		X		X	X	
	X		X					
	X							
	X							
	X	X						
3	17	5	1	3	2	1	2	2

2.- ACTIVIDADES/PROYECTOS PARA LA MEJORA DEL BARRIO										
NO CONOC E	NINGUN O/A	ASFALT ADO	CASA COMU NAL	IMPLEMENTACIO N	ARREGLOS DE LA	POSICIÓN	COOP. TAXIS	REUNIONES CON	MING AS	RECICL AJE
				AULAS - ESCUELA	IGLESIA	UNIVERSI DAD		LA DIRECTIV A		
X										
		X								
			X							
			X							
		X								
									X	
										X
									X	
		X	X							
X										
							X			
									X	
										X
		X								
X										
	X									
								X		
									X	
X										
				X	X	X				
4	1	4	3	2	2	2	1	2	4	2

3.-CUANTAS VECES AL AÑO PARTICIPA EN REUNIONES COMUNITARIAS					
NO PARTICIPA	CADA MES	1 VEZ	2 VECES	3 VECES	4 O MÁS
X					
			X		
X					
X					
				X	
				X	
					X
				X	
					X
				X	
				X	X
	X				
					X
			X		
				X	
X					
					X
X					
				X	
		X			
				X	
		X			
5	1	2	2	7	5

4.-QUÉ NECESIDADES TIENE EL BARRIO							
COLABORACIÓN	CASA COMUNAL	MEJORAMIENTO-TRANSPORTE	MÁS SERVICIO DE	FARMACIAS	BAZAR	MEJORAMIENTO-VÍAS	PARQUES RECREACIONALES/CANCHAS
			INTERNET				
X							
	X						
		X					X
		X					
X		X					X
X							
		X					
						X	
							X
	X						X
		X					
		X		X			
		X		X			
	X			X			X
	X						X
							X
							X
			X	X	X		
3	4	7	2	4	1	1	8

4.-QUÉ NECESIDADES TIENE EL BARRIO								
RESTAURANT ES	CANALIZACI ÓN	SEÑALIZACI ÓN	UP C	ALCANTARILLA DO	MÉDICOS ESPECIALISTAS	SERV.TELEFÓN ICO	ESCUEL AS	SUBCENTR O
			X					
				X		X		X
		X						
							X	X
	X							
								X
X								
				X				
				X			X	
					X			
1	1	1	1	3	1	1	2	3

5.- QUÉ COLABORACIÓN TIENE EN SU ACTIVIDAD POR PARTE DEL BARRIO			
NINGUNA	PAGO DE CUOTAS	ATRAER A LA GENTE	SERVICIO QUE OFRECE
X			
	X		
		X	
			X
X			
			X
			X
X			
		X	
			X
			X
X			
			X
			X
X			
			X
X			
			X
X			
X			
	X		
			X
8	2	2	10

6.- LE GUSTARÍA TENER APOYO DEL BARRIO		7.- LE GUSTARÍA TENER APOYO DE OTRAS INSTITUCIONES								
SI	NO	SI	NO	CUALES						
				UNIVERSIDAD	INST. FINANCIERAS	MUNICIPIO	POLICÍA	FUNDACIÓN	FLORICULTORAS	MINISTERIOS
X			X					AMERICANA		
X		X								
X		X								
X				X						
X		X			X					
X										X
X			X							
	X	X								
X		X			X	X				
X		X								X
X		X			X					
	X	X							X	
X		X								
X		X			X					
X						X				
X						X	X			
X		X						X		
X			X							
X		X			X					
X		X								X
X		X								
	X	X								
19	3	15	3	2	6	4	2	3	2	4

8.- QUÉ TIPO DE APOYO BUSCARÍA						
PROMOCIÓN	FINANCIAMIENTO	SEGURIDAD	AYUDA SOCIAL	PROYECTOS EXTRANJEROS	PUBLICIDAD	CAPACITACIÓN
X						
	X					
					X	
					X	
	X					X
	X					
	X					
	X					
	X				X	
	X					
	X					
						X
	X					
	X					
			X			
		X				
				X		
	X					
			X			
	X					
	X					
1	13	1	2	2	3	2

9.- CÓMO PIENSA QUE SE DARÍA ESE APOYO							
REUNIONES	EMISIÓN DE PEDIDOS	UNIÓN DEL BARRIO	DESTINANDO NUEVAS	ORIENTACIÓN	PUBLICIDAD BOCA	VIGILANCIA CONTINUA	PRÉSTAMOS
			PARTIDAS PRESUPUESTARIAS		A BOCA		
X							
		X					
					X		
					X		
							X
							X
							X
							X
X		X					
X							
							X
	X						
							X
							X
	X						
						X	
				X			
							X
			X				
		X					
X							
4	2	3	2	1	3	1	8

10.- GRUPOS REPRESENTATIVOS/COMUNITARIOS DE MUSHUÑAN								
NO CONOCE	DANZ AS	DIRECTI VA DEL BARRIO	JUNTA PARROQUI AL	CURA-CASA COMUNAL	PRIOSTES DE FIESTAS	COOP.BANCO FOMENTO	COOP. TAXIS	COOPERATI VA- CONDORVA L
X								
		X						
		X			X			
		X						
		X						X
		X						
X								
				X				
	X							
		X						
X								
X								
		X						
		X						
		X						
		X						
						X	X	X
		X						X
			X					
		X						
		X						
4	1	13	1	1	1	1	1	3

11.-GRUPOS DE TRABAJO CONJUNTO QUE SE REQUIERE EN EL BARRIO							
NO CONOCE	COMISIÓN PROMEJORAS	DE SEGURIDAD	DE EMPRENDEDORES	INTEGRACIÓN MORADORES	CENTRO DE SALUD	MEJORA- TRANSPORTE	TURISMO
X							
	X						
		X					
			X				
							X
						X	
				X			
			X				
				X			
	X			X			
					X		
				X			
X				X			
				X			
	X						
	X						
X							
	X			X			
	X						
	X						
3	7	1	2	6	1	1	1

12.-LE GUSTARÍA PARTICIPAR EN ELLOS		13.- ACTIVIDAD ECONÓMICA MÁS IMPORTANTE EN EL BARRIO												
SI	NO	TODAS	VENTA DE TERRENOS	TRANSPORTE-CONDORVAL	ARTESANÍAS	DE SERVICIO	CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍAS	CENTRO ACOPIO DE LA LECHE	TURISMO	AGRICULTURA Y GANADERÍA	RESTAURANTES	FÁBRICA DE TUBOS DE CEMENTO	PRODUCCIÓN DE LA LECHE	VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD
X			X											
X				X										
	X	X												
	X					X								
X														X
X								X						
X		X												
X													X	
X						X			X		X			
X				X										
														X
X						X								
	X						X							
X							X							
X				X			X							
X											X			
	X				X									
X										X				
	X												X	
	X							X				X		
X								X						X
15	6	2	1	3	1	3	4	4	1	2	2	2	3	4

14.- COMO VE A SU MICROEMPRESA EN 5 AÑOS						
MAS AMPLIA	MAS CLIENTES	MÁS SERVICIOS	DISPENSARIO- CLÍNICA	MEJOR TECNOLOGÍA	OTRA SUCURSAL	ESTABLE/FUNCIONA L
X						
X						
X	X					
X	X	X				
X	X					
					X	
						X
X	X					
X	X	X				
						X
X	X					
X						X
						X
X	X					
						X
						X
X	X					X
						X
X	X					
			X			
				X		
X	X					X
13	10	2	1	1	1	9

APELLIDOS	NOMBRES	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	QUINTA
CHOLANGO MENA	ANA MARÍA	VENTA DE HIERRO	VENTA DE CEMENTO	VENTA DE TUBOS	VENTA DE MATERIAL DE AGUA POTABLE	VENTA DE MATERIALES PETREOS
OÑA LEÓN	MARCO ANTONIO	ARROZ	AZÚCAR	ACEITE	PAN	COLAS
CADENA DEFAZ	VANESSA JOHANA	TORTILLAS	COLAS	CERVEZA	AGUAS	CIGARRILLOS
GONZALEZ	MARGOTH	INTERNET	CABINAS	RECARGAS A CELULARES	COPIAS	MANTENIMIENTO DE COMPUTADORAS
GUAÑA	ALEXANDRA	PAN	LECHE	YOGURT	QUESO	COLAS
CAIZA PAUCAR	MARTHA CECILIA	RECEPCIÓN DE LECHE	ENTREGA DE LA LECHE			
CUCHIPARTE	VANESSA	CORTE DE CABELLO	MANICURE	TINTES	COSMÉTICOS	CEPILLADOS
JUÁREZ	ANDREA	ETIQUETAS	PUBLICIDAD			
SANI CANCHIGÑA	MERCEDES CATALINA	YAGUARLOCROS	FRITADA CON HABAS/CHOCLOS	CALDO DE GALLINA	EL CUY	SERVICIO PARA EVENTOS SOCIALES
MOLINA	VERÓNICA	LÍNEA DE BUSES	TAXIS YELLOW	ESTACIÓN DE SERVICIO-GASOLINA		
CRISANTO	VICTORIA	HELADOS	GASEOSAS	LECHE	PAN	HUEVOS
MORALES NEACATO	ROCIO	COCA COLA	CERVEZA	LECHE	HUEVOS	PAN
PAUCAR LLUMIQUINGA	ANABEL ESTEFANÍA	BISUTERÍA	GABINETE	BAZAR	GOLOSINAS	PAPELERÍA
CHUIZA GUAÑUNA	RUBEN DARIO	MUEBLES DE COCINA	COMEDEROS DE MADERA	ARMARIOS	EBANISTERÍA	PISOS DE MADERA
QUIMBITA NARANJO	ROSA GUADALUPE	CEMENTO	HIERRO	TUBERÍA PVC	PINTURAS	HERRAMIENTAS DE CONSTRUCCIÓN
CEDILLO	JOANA MARIBEL	LÍNEA DE BUSES CONDORVAL	TAXIS YELLOW			
MANANGÓN RODRÍGUEZ	JAZMÍN	CLASES DE GRAMÁTICA	VOCABULARIO	FONÉTICA	TRADUCCIONES	
SOSA AVILA	JENNY VIVIANA	JUEGOS DE SALA	DE COMEDOR	DE DORMITORIO	DE OFICINA	VENTA DE COLCHONES
TIPANTA NARVÁEZ	NELLY PAOLA	PAN	BISCOCHOS	BOCADITOS	LÁCTEOS	BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS
ALBÁN	SILVIA SUSANA	ATENCIÓN MÉDICA GENERAL	FARMACIA			
CHICAIZA RAMOS	DIEGO ARMANDO	QUESOS				
NARANJO VELASCO	SANDRA	ABARROTES	PARILLADAS	VIVERES		
22	22	22	21	17	15	14

VI.- OBSERVACIONES	
PRIMERA	SEGUNDA
TENER DISTRIBUIDORES DIRECTOS	
A LOS HABITANTES NO LES INTERESA EL CRECIMIENTO DEL BARRIO	LOS DIRIGENTES NO HACEN NADA
2	1